



**ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

(Studi Kasus Mahasiswa Program Reguler)

TESIS

**Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen (MM)
Pada Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Universitas Jember**

Oleh :

ANTON YULIANSYAH

NIM : 020820101008

**UNIVERSITAS JEMBER PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2005

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

TESIS INI TELAH DISETUJUI:

Tanggal, Mei 2005

Oleh :

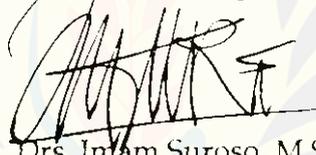
Pembimbing I



Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec

NIP. 130 350 765

Pembimbing II

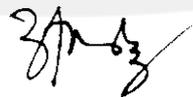


Drs. Intam Suroso, M.Si

NIP. 131 759 838

Menyetujui

Universitas Jember
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program Studi



Hadi Paramu, SE, MBA, PhD.

NIP. 132 056 183

JUDUL TESIS

**ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER (Studi Kasus Mahasiswa Program
Reguler)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Anton Yuliansyah
N.I.M : 020820101008
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal

01 Juni 2005

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua,



Drs. H. Sukusni, M.Sc
NIP. 130 350 764

Anggota I,

Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec
NIP. 130 350 765

Anggota II,

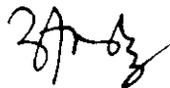


Drs. Imam Suroso, M.Si.
NIP. 131 759 838



Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember Program Pascasarjana
Program Studi Manajemen
Ketua Program Studi



Hadi Paramu, SE, MBA, PhD.
NIP. 132 056 183

KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah berkenan melimpahkan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan Tesis yang berjudul “ **Analisis Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember** ” dengan baik.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara tingkat harapan mahasiswa Jurusan Manajemen Program Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan juga untuk mengetahui strategi yang harus diterapkan oleh manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Manajemen Program Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyelesaian penelitian dan penulisan karya ilmiah ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dorongan baik langsung maupun tidak langsung, materil maupun sprirituil dari berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan setulus hati mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya, serta penghargaan yang tidak ternilai kepada :

Pembimbing tesis, kepada beliau Prof. Dr. H. Harijono, SU. selaku dosen pembimbing I dan Drs. Imam Suroso, MSi selaku dosen pembimbing II, atas kesediaannya memberikan bimbingan dan saran penulisan tesis ini.

Rektor Universitas Jember, atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Magister Manajemen.

Direktur Program Pascasarjana Universitas Jember beserta seluruh staff yang telah banyak membantu penulis selama mengikuti pendidikan Program Magister Manajemen.

Ketua Jurusan Program Studi Magister Manajemen beserta seluruh staff pengajar yang telah banyak membantu penulis selama mengikuti pendidikan Program Magister Manajemen Universitas Jember.

Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu di sini yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa tiada kesempurnaan pada penulisan Tesis ini, baik dalam pengungkapan, penyajian, pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi. Tesis ini masih jauh dari apa yang diharapkan. Oleh sebab itu, saran serta segala bentuk pengarahannya dari semua pihak sangat diharapkan, dan semoga juga Tesis ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Jember, Mei 2005

Penulis

RINGKASAN

Penelitian dengan judul “ Analisis Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember “ dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara tingkat harapan mahasiswa Jurusan Manajemen Program Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan juga untuk mengetahui strategi yang harus diterapkan oleh manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Manajemen Program Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Program Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2001 sampai dengan angkatan 2003. Penentuan besarnya sample menggunakan rumus Slovin. Pengambilan sample dari populasi dilakukan dengan menggunakan *Stratified Random Sampling*. Tiap subsampel ditetapkan secara berimbang terhadap subpopulasi.

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara tingkat harapan dan tingkat pelaksanaan dalam penelitian ini adalah korelasi Rank Sparman dan Uji t. Sedangkan untuk menentukan strategi bersaing digunakan analisis *Importance Performance Analysis*.

Hasil menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara tingkat harapan (X) dan tingkat pelaksanaan (Y) adalah 0,60 yang berarti tingkat hubungan tersebut positif dan sedang. Tingkat hubungan tersebut nyata bahkan pada taraf signifikansi 1%. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian tingkat harapan dan tingkat pelaksanaan menurut mahasiswa dapat dijadikan alat untuk menentukan strategi yang dapat dijadikan dasar dalam penentuan strategi.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang patut diterapkan oleh pihak manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember terhadap mahasiswa Jurusan Manajemen Program Reguler untuk atribut produk, harga dan tempat berada pada posisi strategi pertahankan, artinya tingkat harapan mahasiswa dan tingkat pelaksanaan lembaga sudah sesuai. Sedangkan atribut orang dan bentuk fisik berada pada posisi strategi prioritas rendah, artinya tingkat harapan mahasiswa masih rendah dan tingkat pelaksanaan lembaga juga masih rendah, sehingga pelaksanaan tidak perlu ditingkatkan. Dan atribut proses berada pada posisi strategi prioritas Utama, maksudnya tingkat harapan mahasiswa masih rendah dibandingkan dengan tingkat pelaksanaan, sehingga pelaksanaan lembaga tetap harus dipertahankan.

SUMMARY

The research entitles " The Analysis on Students Satisfaction of Jember University Economic Faculty Management Department " is intended to understand the correlation between students expectation degree of Jember University Economic Faculty Management Department Regular Program and the implementation degree of Jember University Economic Faculty and also to know the applied strategy to increase the students satisfaction of Jember University Economic Faculty Management Department Regular Program.

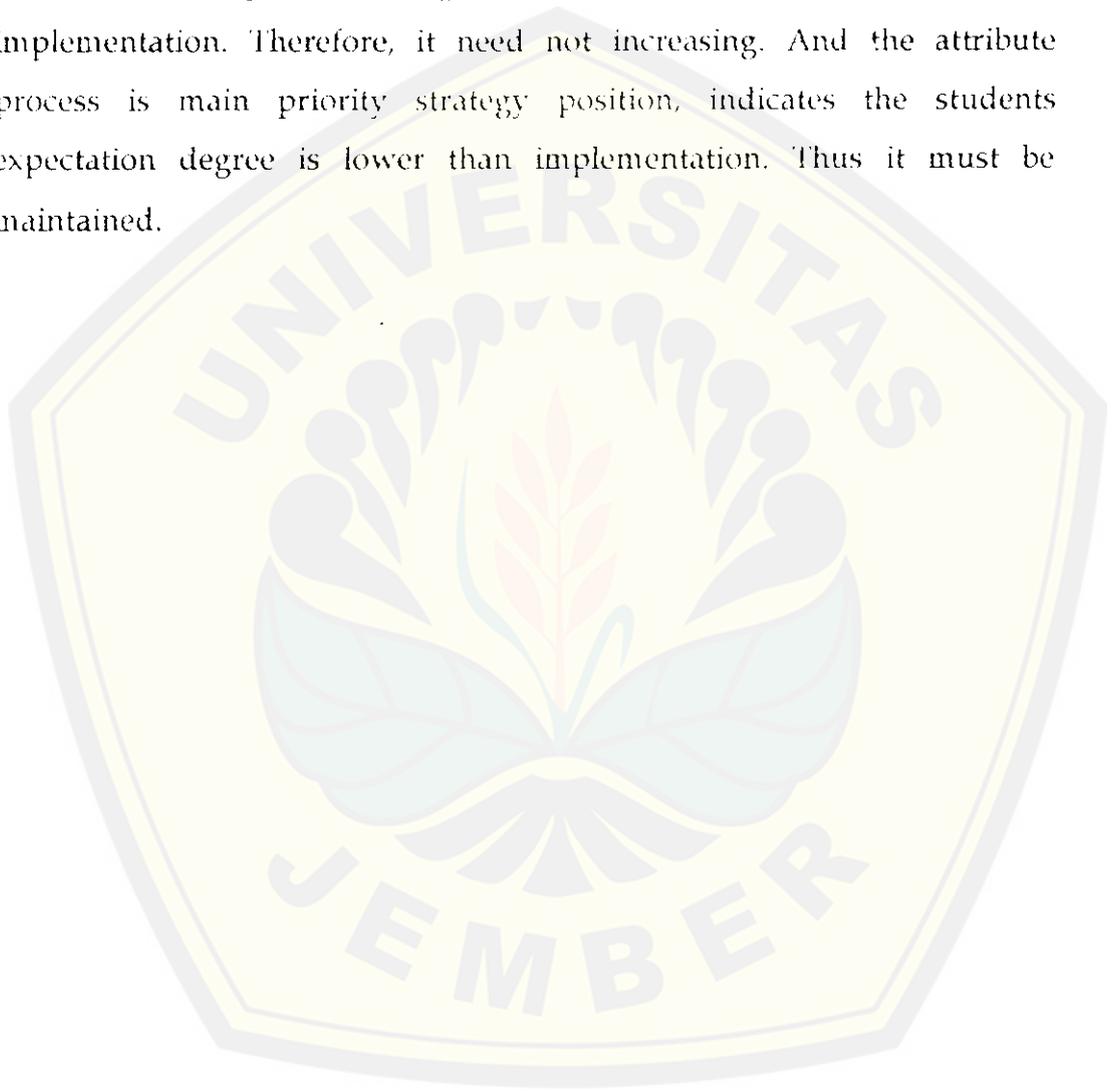
The population of the research is the Students of Jember University Economic Faculty Management Department Regular Program 2001 to 2003 grades. Slovin formula is taken to decide a large number of sample. To take sample from population is carried out using *Stratified Random Sampling*. Each sub-sample is equally determined to sub-population.

The analysis tool used to measure the correlation between the expectation degree and the implementation one is Rank Spearman correlation and t-Test. Whereas *Importance Performance Analysis* is done to decide competitive strategy.

The research results conclude the correlation coefficient between the expectation degree (X) and The implementation one (Y) is 0,60. It means that correlation degree is positive and medium. Such correlation is fact and even 1 % significance level. Moreover, it indicates, according to students, the appraisal of expectation degree and implementation can be appointed as a way to decide the strategy and to be a basic in determining it.

Based on the research, a suitable strategy applied by management of Jember University Economic Faculty to the students of Management

Department Regular Program for product attribute, price and place is in maintenance strategy position, means the students expectation degree and the institution implementation one have been justified. Whereas the people attribute and physique are in low priority strategy position, shows the students expectation degree is still as low as the institution implementation. Therefore, it need not increasing. And the attribute process is main priority strategy position, indicates the students expectation degree is lower than implementation. Thus it must be maintained.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN.....	vi
SUMMARY	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan teori.....	
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	8
2.1.4 Definisi Jasa.....	10
2.1.5 Perguruan Tinggi sebagai Industri Jasa.....	10
2.1.6 Pengertian Harapan Pelanggan.....	11
2.1.7 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.8 Membangun Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.9 Mempertahankan Pelanggan.....	16

2.1.10 Mengukur dan Memantau Kepuasan Pelanggan	17
2.1.11 Konsep Strategi	20
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	22
BAB III. KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
3.1 Kerangka Konseptual	24
3.2 Hipotesis	25
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Obyek Penelitian	26
4.2 Populasi dan Sampel	26
4.3 Identifikasi Variabel	28
4.3.1 Atribut-atribut dari Tingkat Harapan (X)	29
4.3.2 Atribut-atribut dari Tingkat Pelaksanaan (Y)	30
4.4 Definisi Operasional Variabel	31
4.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
4.6 Prosedur Pengumpulan Data	32
4.7 Validitas dan Realibilitas Intrumen Penelitian	33
4.8 Tehnik Analisis Data dan Uji Hipotesis	33
4.8.1 Tehnik Analisis Data	33
4.8.2 Uji Hipotesis	36
BAB V. HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian	39
5.1.1 Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember	39
5.1.2 Karakteristik Responden	41
5.2 Analisis Hasil Penelitian	42
5.2.1 Deskripsi Variabel Harapan	42
5.2.2 Deskripsi Variabel Pelaksanaan	51
5.2.3 Uji Validitas	61

5.2.4	Uji Realibilitas	66
5.2.5	Hubungan Tingkat Harapan dan Tingkat Pelaksanaan	66
5.2.6	Penentuan Strategi Berdasarkan Diagram Kartesius	68
5.3	Hasil Uji Hipotesis	76
5.4	Pembahasan	77
5.4.1	Hubungan antara Tingkat Harapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan Tingkat Pelaksanaan atau Kinerja fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	77
5.4.2	Penentuan Strategi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember.....	78
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	83
6.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Penyebaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember	28
Tabel 5.1 Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember	41
Tabel 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	42
Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Produk (X_1)	42
Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Harga (X_2)	44
Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Tempat (X_3)	45
Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Orang (X_4)	47
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Bentuk Fisik (X_5)	48
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Proses (X_6)	50
Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Produk (Y_1)	52
Tabel 5.10 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Harga (Y_2)	53
Tabel 5.11 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Tempat (Y_3)	55
Tabel 5.12 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Orang (Y_4)	56

Tabel 5.13	Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Bentuk Fisik (Y_5)	58
Tabel 5.14	Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Proses (Y_6)	60
Tabel 5.15	Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Produk (X_1)	62
Tabel 5.16	Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Harga (X_2)	62
Tabel 5.17	Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Tempat (X_3)	62
Tabel 5.18	Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Orang (X_4)	63
Tabel 5.19	Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Bentuk Fisik (X_5)	63
Tabel 5.20	Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Proses (X_6)	63
Tabel 5.21	Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Produk (Y_1)	64
Tabel 5.22	Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Harga (Y_2)	64
Tabel 5.23	Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Tempat (Y_3)	64
Tabel 5.24	Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Orang (Y_4)	65
Tabel 5.25	Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Bentuk Fisik (Y_5)	65
Tabel 5.26	Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Proses (Y_6)	65
Tabel 5.27	Hasil Uji Realibilitas Tingkat Harapan (X) dan Tingkat Pelaksanaan (Y)	66
Tabel 5.28	Hasil Penelitian Tingkat Harapan dan Tingkat Pelaksanaan Terhadap Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember	67
Tabel 5.29	Hasil Perhitungan Korelasi antara Tingkat Harapan dengan Tingkat Pelaksanaan dengan menggunakan Rank Spearman	68
Tabel 5.30	Skor Harapan dan Pelaksanaan Mahasiswa Terhadap Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konseptual Kepuasan Pelanggan	13
Gambar 2.2 Diagram Kartesius.....	19
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Proses Sampling Fraction	28
Gambar 4.2 Penentuan Strategis Berdasarkan Diagram Kartesius	36
Gambar 5.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	40
Gambar 5.2 Digram Kartesius Secara Umum.....	71
Gambar 5.3 Digram Kartesius Atribut Produk	72
Gambar 5.4 Digram Kartesius Atribut Harga.....	72
Gambar 5.5 Digram Kartesius Atribut Tempat.....	73
Gambar 5.6 Digram Kartesius Atribut Orang	74
Gambar 5.7 Digram Kartesius Atribut Bentuk Fisik.....	75
Gambar 5.8 Digram Kartesius Atribut Proses	75

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan
- Lampiran 2 a. Data Hasil Daftar Pertanyaan Tingkat Harapan
b. Data Hasil Daftar Pertanyaan Tingkat Pelaksanaan
- Lampiran 3 a. Distribusi frekuensi Masing-Masing Daftar Pertanyaan Tingkat Harapan
b. Distribusi frekuensi Masing-Masing Daftar Pertanyaan Tingkat Pelaksanaan
- Lampiran 4 a. Analisis Validitas dan Realibilitas Tingkat Harapan Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3), Orang (X_4), Bentuk Fisik (X_5) dan Proses (X_6).
b. Analisis Validitas dan Realibilitas Tingkat Pelaksanaan Produk (Y_1), Harga (Y_2), Tempat (Y_3), Orang (Y_4), Bentuk Fisik (Y_5) dan Proses (Y_6).
- Lampiran 5 Perhitungan Korelasi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era millinium baru, pemberlakuan pasar bebas AFTA akan berdampak positif terhadap upaya perbaikan kinerja pada lembaga penyelenggara pendidikan dalam negeri melalui proses persaingan yang kompetitif antara lembaga pendidikan tinggi dalam memperoleh mahasiswa. Pada hakekatnya setiap perusahaan mengenal tiga unsur keunggulan daya saing, yakni keunggulan sumber (keterampilan, sumberdaya dan dana), keunggulan posisional (nilai bagi pelanggan dan biaya yang lebih rendah), dan keunggulan kinerja (kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan kemampuan ber laba). Keunggulan kinerja diperoleh dari keunggulan posisional yang pada gilirannya keunggulan ini dicapai karena keunggulan sumber. Hal ini disebabkan oleh sektor pendidikan merupakan faktor yang terkait langsung dengan kemajuan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu pendidikan mampu memberikan pola pikir masyarakat kearah yang lebih maju. Dengan tingginya pendidikan masyarakat secara langsung maupun tidak langsung akan mendorong sumber daya manusia kedalam pembangunan negara menuju era perkembangan yang dicita-citakan.

Menurut Fandy Tjiptono (1996:1) kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas utama setiap perusahaan. Berfokus pada pelanggan melalui usaha memahami kebutuhan, keinginan dan harapan mereka merupakan kunci untuk memenangkan persaingan yang sangat ketat. Sedangkan kualitas memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka

panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Dewasa ini kesadaran masyarakat terhadap pendidikan tinggi cenderung meningkat. Mereka menyadari betul tantangan masa yang akan datang salah satunya harus mempunyai kemampuan serta pendidikan yang tinggi. Tingginya kesadaran masyarakat menyebabkan dibutuhkannya suatu lembaga pendidikan yang mampu memberikan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas diri mereka. Perkembangan dan peningkatan pelayanan jasa Perguruan Tinggi (PT) dari waktu ke waktu semakin menjadi sorotan masyarakat.

Perguruan Tinggi (PT) sangat dipengaruhi oleh perubahan social yang berskala besar. Dalam perkembangannya Perguruan Tinggi (PT) tidak dapat ditempuh dengan satu jalan, mengingat keragaman serta kemajuan yang dimiliki oleh masing-masing lembaga, serta latar belakang dan kebudayaan yang berbeda. Adanya perbedaan histories dan kebudayaan terdapat juga pengaruh global yang berkembang dalam arti bahwa Perguruan Tinggi (PT) juga terlibat dalam peningkatan pencarian biaya biaya eksternal (*eksternal fund raising*), selain mengimplementasikan proses belajar mengajar, penelitian, pengabdian pada masyarakat, review program, perencanaan, rancangan dan realisasi sumber.

Sistem Nasional Perguruan Tinggi (PT) menjadi semakin kompleks pada semua jenjang sistem, maupun berbagai unit dasar dalam sistem tersebut. Pertumbuhan yang diikuti oleh masukan mahasiswa dan keluaran mahasiswa yang semakin bertambah, telah mempengaruhi seluruh sistem. Pemerintah Indonesia secara resmi mengizinkan pihak asing mendirikan Perguruan Tinggi (PT) baru di Indonesia. Ini berarti bola dunia yang terus menerus menggelinding terbebas dari sekat-sekatnya dan menjadikan dunia menyatu, menjadikan Perguruan Tinggi (PT) di Indonesia secara nyata terlibat dalam persaingan global.

Dalam Anggaran Pendapatan Belanja Nasional (APBN) tahun 1997 anggaran sektor pendidikan sebesar 7% masih sangat minim, hal ini berdampak pada kualitas pelayanan cenderung rendah sedangkan biaya yang dikeluarkan mahasiswa sangat banyak. Dengan adanya revisi Anggaran Pendapatan Belanja Nasional (APBN) tahun 2005 rencananya akan menambah anggaran sektor pendidikan menjadi 20%, diharapkan dengan bertambahnya anggaran sektor pendidikan akan meningkatkan pelayanan mahasiswa pada Perguruan Tinggi. Untuk itu Perguruan Tinggi yang ada termasuk Universitas Jember berupaya untuk melakukan perbaikan yang sifatnya internal maupun eksternal dalam usaha untuk mencapai kepuasan mahasiswanya.

Perbaikan internal yang dimaksud antara lain berupa penambahan jurusan yang semula hanya jurusan manajemen dan studi pembangunan ditambah jurusan akuntansi. Perkuliahan diluar semester yang telah ditetapkan atau lebih dikenal dengan semester pendek, karena pada saat ini belum pernah dilakukan Universitas Jember pada umumnya dan Fakultas Ekonomi pada khususnya. Dan para mahasiswa tidak perlu untuk melakukan perbaikan mata kuliah pada semester berikutnya, sehingga lama studi sesuai dengan harapan mahasiswa. Dan dapat meminimalkan biaya yang dikeluarkan sehingga dapat meningkatkan mutu dari lulusan, sehingga dapat bersaing dengan lulusan Perguruan tinggi lainnya. Perbaikan eksternal adalah melakukan kerjasama dengan perusahaan yang nantinya lulusan Perguruan Tinggi tersebut dapat diterima bekerja sehingga masa tunggu dari mahasiswa untuk memperoleh pekerjaan akan lebih singkat.

Dengan perbaikan-perbaikan tersebut diatas maka diharapkan mutu jasa layanan sebagai kinerja Perguruan tinggi yang diterima mahasiswa akan meningkat. Disisi lain, apa yang didambakan oleh mahasiswa dalam menuntut ilmu di Perguruan Tinggi diantaranya adalah

masa studi yang cepat, masa tunggu yang pendek, mutu lulusan yang handal dan daya saing tinggi dalam pasar tenaga kerja yang makin kompetitif. Kesemuanya ini merupakan kinerja Perguruan Tinggi yang diharapkan oleh mahasiswa.

1.2 Perumusan Masalah

Bertolak pada latar belakang masalah tersebut diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah ada hubungan yang nyata antara tingkat harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember ?
- b. Strategi apakah yang harus diterapkan oleh Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember ?

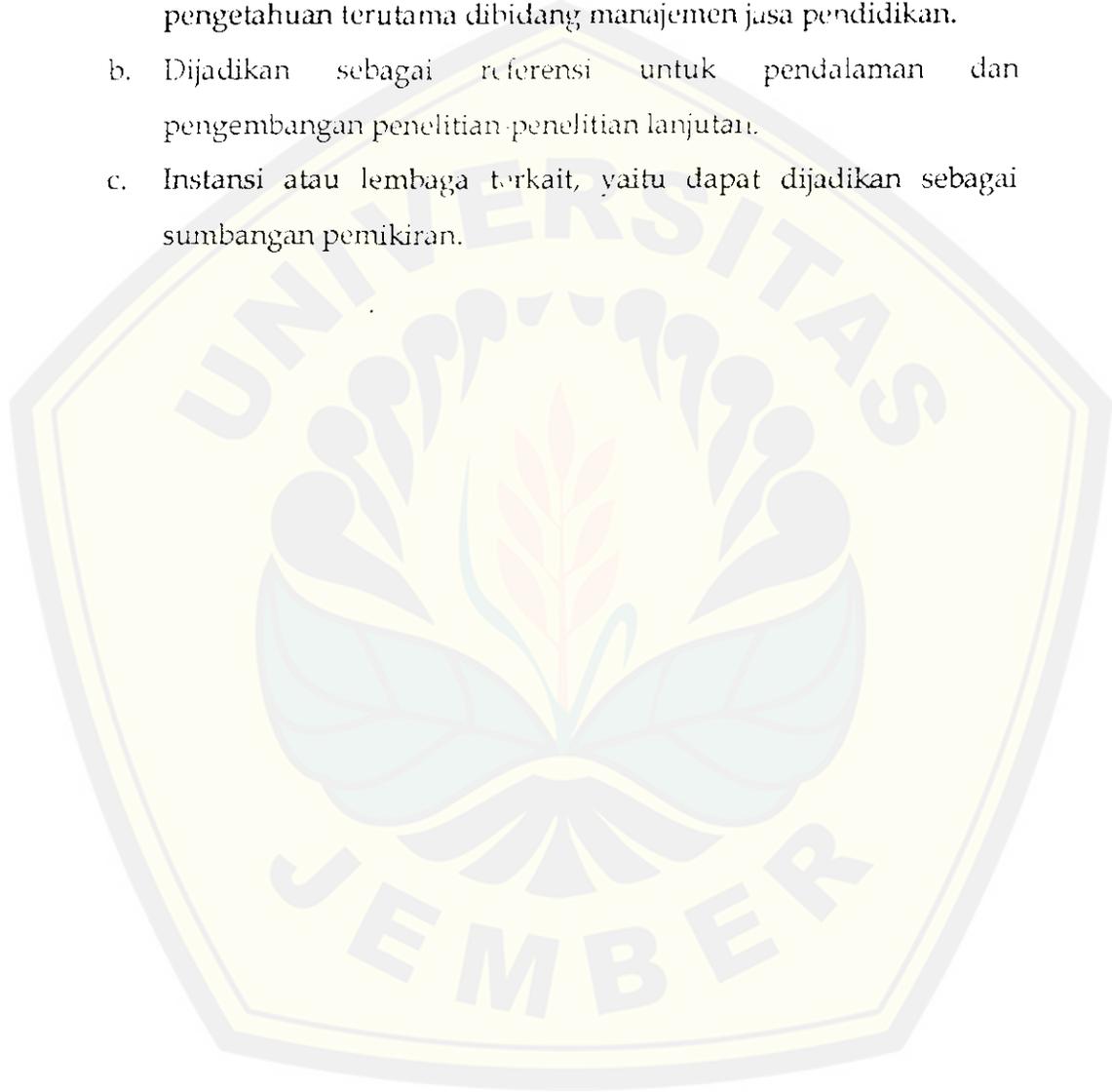
1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui hubungan antara tingkat harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember.
- b. Untuk mengetahui strategi yang harus diterapkan oleh manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Universitas Jember untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Universitas Jember.

Jember untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Universitas Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Diharapkan hasil penelitian ini akan menambah khasanah ilmu pengetahuan terutama dibidang manajemen jasa pendidikan.
- b. Dijadikan sebagai referensi untuk pendalaman dan pengembangan penelitian-penelitian lanjutan.
- c. Instansi atau lembaga terkait, yaitu dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemasaran merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan, jung tombak dari kegiatan atau usaha yang dilakukan perusahaan, serta merupakan fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besarnya, menentukan produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

Menurut Stanton (1992 : 95), pemasaran adalah suatu keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang serta jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Swasta dan Irawan (1990 : 25), menyatakan bahwa pemasaran adalah sitem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Kotler (1997 : 9) menyatakan bahwa konsep inti pemasaran bersandar pada kebutuhan (*need*), keinginan (*want*), permintaan (*demand*), produk (barang, jasa dan gagasan), nilai biaya dan kepuasan.

Menurut Phillip Kotler (dalam Basu Swasta, 1997 : 8), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang

bernilai dengan pihak lain. Didalam pemasaran terdapat tiga utama pengklasifikasian yaitu :

1. Unsur Strategi Persaingan

Dalam unsur strategi persaingan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

- a. Segmentasi pasar adalah tindakan pengidentifikasian dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah.
- b. Targeting adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki
- c. Positioning adalah penetapan posisi pasar.

2. Unsur Taktik Pemasaran

Terdapat dua unsur dalam taktik pemasaran yaitu :

- a. Diferensiasi, yang berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek di perusahaan. Kegiatan diferensiasi inilah yang membedakan suatu perusahaan satu dengan yang lainnya dalam membangun strategi pemasaran.
- b. Bauran pemasaran yang berkaitan dengan kegiatan mengenai produk, harga, promosi dan tempat.

3. Unsur Nilai Pemasaran

Nilai pemasaran dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga), yaitu :

- a. Merk atau brand yaitu nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang dimiliki dan melekat pada suatu perusahaan.
- b. Pelayanan atau service yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen.
- c. Proses yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap karyawan terlibat dan memiliki rasa tanggungjawab dalam proses pemuasan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung

2.1.2 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasarnya (Kotler, 1997 : 25). Bauran pemasaran itu sendiri mengacu pada strategi terpadu yang memadukan produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang semua itu ditujukan untuk dapat menghasilkan omset penjualan yang maksimal atas produk atau jasa yang dipasarkan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dalam bauran pemasaran barang kita kenal dengan istilah 4P yaitu : produk, harga, promosi dan tempat, akan tetapi pemasaran jasa bauran pemasaran meliputi 7P yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, bentuk fisik dan proses. Dalam penelitian ini tidak semua dari 7P tersebut akan peneliti lakukan akan tetapi hanya menganalisis variabel-variabel produk, harga, tempat, orang, bentuk fisik dan proses untuk dapat mengetahui tingkat dari kepuasan konsumen.

2.1.3 Pemasaran Jasa

Menurut Husein Umar (2003), produk dapat diklasifikasikan menjadi tiga yaitu :

1. Barang yang tahan lama (*Durability goods*), yaitu barang yang dapat digunakan untuk beberapa periode. Contoh : mobil, mebel, komputer.
2. Barang yang tidak tahan lama (*Nondurability goods*), yaitu barang yang hanya dapat digunakan untuk satu atau beberapa kali pakai. Contoh : sabun, minuman.
3. Jasa (*Service*). Menurut Kotler P dan Susanto A.B (2001 : 602) , mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak meningkatkan kepemilikan

apapun. Produk jasa mungkin atau mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik.

Komponen jasa dapat merupakan bagian kecil atau bagian utama dari total penawaran. Bahkan, penawaran itu dapat berkisar dari barang murni disatu pihak ke jasa murni pihak lain. Penawaran dapat dibedakan menjadi 5 (lima) kategori (Phillip Kotler, 1995 : 549), yaitu :

1. Barang berwujud murni, disini penawaran hanya terdiri dari barang berwujud seperti sabun, pasta gigi dan garam dalam artian tidak ada jasa yang menyertai produk itu.
2. Barang berwujud yang disertai jasa, disini penawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik konsumennya. Contohnya, seorang produsen tidak hanya menjual mobil, tetapi juga pelayanan pelanggan (contoh ; ruang pameran, pengiriman, perbaikan dan pemeliharaan, petunjuk penggunaan, pelatihan operator, nasehat pemasangan dan pemenuhan jaminan).
3. Campuran, disini penawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Contoh : restoran didukung oleh makanan dan pelaksanaan.
4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan, disini penawaran terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan atau barang pelengkap. Sebagai contoh : penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Mereka sampai ketempat tujuan tanpa sesuatu hal yang memperlihatkan pengeluaran mereka. Jasa tersebut membutuhkan barang padat modal - sebuah pesawat udara - agar terealisasi akan tetapi komponen utama adalah jasa.
5. Jasa murni, disini penawaran hanya terdiri dari jasa. Contohnya, termasuk jasa menjaga bayi, psikoterapi dan jasa memijat.

2.1.4 Definisi Jasa

Menurut Kotler P dan Susanto A.B (2001 : 602) , jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak meningkatkan kepemilikan apapun.

Jasa pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Dalam kaitan ini dengan lembaga pendidikan (Perguruan Tinggi) adalah penyedia jasa pelayanan yang berupa jasa pendidikan dimana kualitas pelayanan yang prima merupakan hal yang sangat penting sebab pandangan kualitas berasal dari pihak luar yaitu perspektif dari pelanggan (mahasiswa).

2.1.5 Perguruan Tinggi sebagai Industri Jasa

Kotler P (1997 : 476), jasa adalah Setiap kegiatan untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan tinggi dapat dipandang sebagai suatu proses yaitu proses produksi. Sebagai proses produksi Perguruan Tinggi adalah semacam perusahaan atau industri dalam hal ini industri jasa.

Sebagai suatu industri, perguruan tinggi harus dikelola dengan azas-azas ekonomi perusahaan. Perguruan tinggi juga bukanlah suatu perusahaan yang senantiasa mengejar keuntungan finansial, tetapi bukan pula badan amal, melainkan sebuah industri yang paling vital yang harus dikelola seefektif dan seefisien mungkin. Oleh karena itu penggelolaannya harus memperhatikan manajemen bisnis, dalam hal ini manajemen profesional.

Menurut Taliziduhu Ndraha (1998 : 56) setidaknya-tidaknya ada dua macam produk dari perguruan tinggi yaitu :

- a Nilai tambah manusiawi yang diperoleh mahasiswa yang bersangkutan, sehingga diharapkan siap memasuki dunia nyata dan masyarakat. Termasuk didalam kategori ini pembentukan dan transformasi nilai. Inilah produk Perguruan Tinggi sebagai edukatif dan proses pertimbangan (*value judgement*).
- b Temuan ilmiah (*scientific discoveries*) dan inovasi teknologi (*tecnological innovation*) inilah produk Perguruan Tinggi sebagai proses riset.

2.1.6 Pengertian Harapan Pelanggan

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang sangat besar dalam menentukan kualitas produk (barang atau jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat dari antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standart acuannya.

Umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan. Menurut Tjiptono E, (1997 : 28 - 29) harapan pelanggan terhadap kualitas suatu jasa terbentuk oleh beberapa faktor yaitu

1. *Enduring Service Intensifiers*, faktor ini merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang tentang jasa. Seseorang pelanggan akan berharap bahwa ia patut dilayani dengan baik pula apabila pelanggan lainnya dilayani dengan baik oleh pemberi jasa.

2. *Personal Needs*, kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis.
3. *Transitory Service Intensifiers*, faktor ini merupakan faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang meningkatkan sensitivitas pelanggan terhadap jasa.
4. *Perceived Service Alternatives*, merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif, maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.
5. *Self-Perceived Service Roles*, faktor ini adalah persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Jika konsumen terlibat dalam proses pemberian jasa dan jasa yang terjadi ternyata tidak begitu baik, maka pelanggan tidak dapat menimpakan kesalahan sepenuhnya pada si pemberi jasa.
6. *Situational Factors*, faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang keberadaannya diluar kendali penyedia jasa.
7. *Explicit Service Promise*, faktor ini merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) oleh organisasi tentang jasanya kepada pelanggan. Janji ini bisa merupakan iklan, personal selling, perjanjian atau komunikasi dengan karyawan perusahaan tersebut.
8. *Implicit Service Promise*, faktor ini menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan bagi pelanggan tentang jasa yang bagaimana yang seharusnya dan yang diberikan.
9. *Word of Mouth*, merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain perusahaan kepada pelanggan. Hal ini biasanya dapat cepat diterima oleh

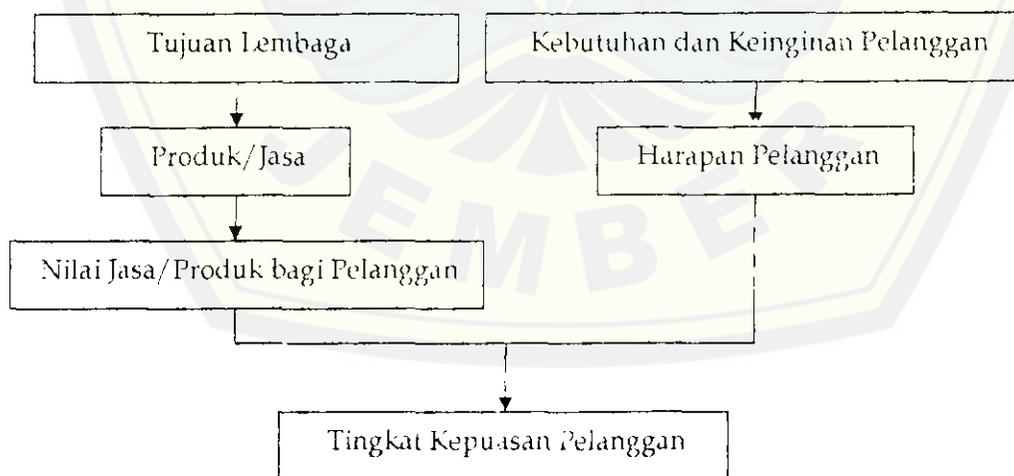
pelanggan karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercayainya seperti para ahli, teman, keluarga, dan publikasi media massa.

10. *Past Experience*, pengalaman masa lalu meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lampau.

2.1.7 Kepuasan Pelanggan

Menurut Phillip Kotler (1995 : 46), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis. Sedangkan pengertian ketidakpuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Konseptual Kepuasan Pelanggan

Sumber : Buchari Alma, 2003 : 34

Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa layanan). Sedangkan pelaksanaan atau kinerja adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Dan kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang dan gembira.

Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah memuaskan pelanggan. Tetapi cara pengungkapannya adalah sangat beragam. Situasi ini tidak hanya terjadi pada sektor swasta, tetapi juga pada instansi pemerintah. Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah mudah untuk mewujudkan harapan konsumen secara menyeluruh. Pelanggan yang dihadapi saat ini sudah banyak dari hak-haknya. Oleh karena itu maka sangat tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Pada saat bersamaan, perusahaan juga harus memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas (Bilson Simamora, 2001 : 154).

2.1.8 Membangun Kepuasan Pelanggan

Ada banyak pendekatan yang dapat digunakan untuk membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan yang baik. Menurut Bilson

Simamora (2001 : 155 - 156) beberapa pendekatan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Riset konsumen untuk mengetahui persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan dapat dilakukan dengan mengedarkan Daftar Pertanyaan (*Questioner*) setiap periode tertentu atau menggunakan pegawai *front office* untuk mengamati adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas layanan. Sedangkan penelitian mengenai perilaku pegawai dilakukan dengan mengamati pelaksanaan pelayanan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen untuk menciptakan visi dan misi dalam rangka memperbaiki proses pelayanan. Komitmen dalam hal ini adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan dan pengetahuan dari sumber daya manusia yang ada, baik dari manajemen atas, manajemen menengah sampai staff pelayanan. Sarana penunjang untuk mempertahankan komitmen dengan pelanggan internal adalah dengan metode *brainstroming*, *nominal group technique*, *qualiti circle*, kotak saran dan *management by walking around*.
3. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *patnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. *Accountable marketing* dilakukan jika perusahaan menghubungi pelanggan dalam waktu yang tidak terlalu lamasetelah memberikan layanan untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan. *Proactive marketing* dilakukan jika perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan layanan kepada pelanggan. Sedangkan *Patnership marketing* dilakukan jika perusahaan

membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan dipasar.

2.1.9 Mempertahankan Pelanggan

Menurut Phillip Kotler (1995 : 55 - 56) perusahaan tidak hanya ingin memperbaiki dan mempertahankan hubungan dengan mitranya dalam rantai pasokan. Mereka juga ingin membangun ikatan dan loyalitas yang lebih kuat dengan pelanggan akhirnya. Mereka sadar bahwa biaya menarik satu pelanggan baru bisa lima kali dari biaya mempertahankan pelanggan yang ada. Ada empat langkah mengurangi tingkat kehilangan pelanggan, yaitu :

1. Perusahaan perlu menetapkan dan mengukur tingkat bertahannya pelanggan. Untuk universitas, tingkat bertahannya mahasiswa tingkat pertama ke tingkat kedua atau tingkat kelulusan mahasiswanya.
2. Perusahaan harus membedakan berbagai penyebab hilangnya pelanggan dan menentukan penyebab mana yang bisa dikelola lebih baik. Tidak banyak yang bisa dilakukan jika pelanggan pindah keluar daerah atau bangkrut. Namun banyak yang dapat dilakukan untuk pelanggan yang hilang karena pelayanan atau produk yang buruk, harga yang mahal dan seterusnya. Perusahaan perlu menyiapkan suatu distribusi frekuensi yang menunjukkan pelanggan yang lari karena masing-masing sebab.
3. Perusahaan harus memperkirakan kehilangan keuntungan dari pelanggan yang hilang secara tidak perlu. Untuk pelanggan perseorangan, hal ini adalah nilai seumur hidup pelanggan yaitu keuntungan yang dihasilkan pelanggan-pelanggan yang hilang.
4. Perusahaan perlu menghitung berapa biaya untuk mengurangi tingkat kehilangan pelanggan. Selama biayanya lebih rendah daripada kehilangan keuntungan, Perusahaan perlu melakukannya.

Selanjutnya Phillip Kotler (1995 : 55 - 56) mengatakan bahwa karena mempertahankan pelanggan adalah yang paling utama, ada dua cara mencapainya, yaitu :

1. Menyulitkan pembeli untuk berganti pemasok. Pelanggan cenderung tidak berganti pemasok, kalau biaya modalnya tinggi, biaya pencariannya tinggi, potongan sebagai pelanggansetianya hilang.
2. Memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Sehingga lebih sulit bagi pesaing untuk meneroboshalangan dengan menawarkan harga lebih murah atau rangsangan lain. Tugas menciptakan kesetiaan pelanggan ini disebut pemasaran berwawasan hubungan.

2.1.10 Mengukur dan Memantau Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Fandy Tjiptono (1996 : 48 - 49) mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran (*Complaint and suggestion system*). Perusahaan yang berorientasi pada pelanggannya perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan adalah kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus dan lain-lain. Meskipun demikian karena metode ini pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih keperusahaan lain dan tidak lagi membeli layanan perusahaan kita.
2. Analisis pelanggan yang beralih (*Lost customer analysis*). Hal ini dilakukan dengan menghubungi pelanggan yang tidak lagi

menggunakan barang atau layanan perusahaan dan melalui wawancara menanyai alasan mereka pindah keperusahaan lain. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi untuk memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada pelanggan yang lari.

3. Perusahaan dapat juga menerapkan pembeli bayangan (*Ghost shopping*), yaitu perusahaan mencari informasi mengenai catatan baik buruknya pembeli yang potensial dalam membeli produk perusahaan dan pesaing. Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan dan bersikap sebagai pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhannya.
4. Survei kepuasan konsumen (*Customer satisfaction surveys*). Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan banyak dilakukan melalui metode survei, baik melalui post, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh minat terhadap pelanggannya.

Salah satu alat analisis (survei) yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah *Importance Performance Analysis*. Menurut Simamora, B (2001:215), untuk mengetahui hubungan antara tingkat harapan pelanggan dengan pelaksanaan kinerja perusahaan dapat digambarkan dalam bentuk diagram kartesius dimana dalam diagram matrik ini digunakan untuk menempatkan posisi dari tiap-tiap indek hasil survei kepuasan pelanggan dan yang memungkinkan perusahaan

perusahaan melakukan analisis untuk menentukan strategi selanjutnya. Bentuk dan cara penggunaannya dapat dijelaskan dalam gambar 2.2 berikut :

Tingkat Pelaksanaan (Y)	Prioritas Utama	Pertahankan
	Prioritas Rendah	Berlebihan
Tingkat Harapan (X)		

Gambar 4.2 : Diagram Kartesius

Sumber : Bilson Simamora, 2001 : 215

Keterangan :

1. **Prioritas Utama.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di bawah rata-rata (relatif penting), akan tetapi pelaksanaan masih di atas rata-rata. Idealnya, kalau tingkat harapan di atas rata-rata, maka pelaksanaan juga di atas rata-rata. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian utama pada atribut-atribut yang termasuk pada kategori ini.
2. **Pertahankan.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di atas rata-rata (relatif penting) dan pelaksanaan juga di atas rata-rata, ini adalah kondisi ideal. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan kondisi ini.
3. **Berlebihan.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di atas rata-rata (relatif kurang penting), akan tetapi pelaksanaan di bawah rata-rata. Hal ini merupakan kondisi yang berlebihan. Berlebihannya dalam arti relatif dengan kata lain, dibanding atribut lain yang lebih penting, seharusnya atribut harapan

tersebut lebih rendah sesuai dengan tingkat pelaksanaan yang relatif lebih rendah.

4. **Prioritas Rendah.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di bawah rata-rata (relatif kurang penting), dan pelaksanaan juga di bawah rata-rata.

2.1.11 Konsep Strategi

Strategi dalam konteks bisnis menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumberdaya dan usaha suatu organisasi.

Menurut Freddy Rangkuti (2003 : 4 - 6), dinyatakan bahwa pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah

1. *Distinctive Competence*, yaitu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Identifikasi distinctive competence dalam organisasi meliputi:
 - a. Keahlian tenaga kerja.
 - b. Kemampuan sumberdaya.

Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan tersebut dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumberdaya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing

2. *Competitive Advantage*, yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut Porter (1994 : 12 -

15), ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu :

- a. Keunggulan biaya menyeluruh (*Cost leadership*). Keunggulan biaya merupakan yang paling jelas dari strategi generik. Didalamnya, sebuah perusahaan bersiap menjadi produsen yang berbiaya rendah dalam industri.
- b. Diferensiasi (*Differentiation*). Dalam strategi diferensiasi, perusahaan menjadi unik dalam industrinya di sepanjang beberapa dimensi yang secara umum dihargai oleh pembeli.
- c. Fokus (*Focus*). Strategi ini sangat berbeda dengan strategi-strategi lainnya karena menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang sangat sempit dalam suatu industri. Penganut strategi fokus memikih suatu segmen atau kelompok dalam industri yang bersangkutan dan menyesuaikan strateginya untuk melayani mereka dengan mengesampingkan yang lain.

Menurut Sondang P. Siagian (2003 : 21) dinyatakan bahwa organisasi bisnis dapat dikategorikan pada dua kategori utama, yaitu organisasi bisnis yang hanya terlibat dalam satu bidang usaha dan organisasi bisnis yang terlibat dalam berbagai bidang usaha. Berdasarkan pada kategori demikian, dapat dikatakan bahwa suatu organisasi yang hanya terlibat pada satu bidang bisnis, strateginya hanya dua tingkat, yaitu:

1. Strategi pada tingkat korupsi (*Corporate strategy*).
2. Strategi pada tingkat fungsional (*Fungtional strategy*).

Sedangkan organisasi yang terlibat dalam berbagai bidang usaha memiliki tiga tingkat strategi, yaitu:

1. Strategi pada tingkat korporasi (*Corporate strategy*).
2. Strategi pada tingkat bisnis (*Business strategy*).
3. Strategy pada tingkat fungsional (*Fungtional strategy*).

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Mai Juliana (2001) melakukan penelitian tentang "Faktor-faktor Bauran Pemasaran Jasa Yang dipertimbangkan Mahasiswa Dalam Memilih Kuliah Di STIE AL-ANWAR Mojokerto".

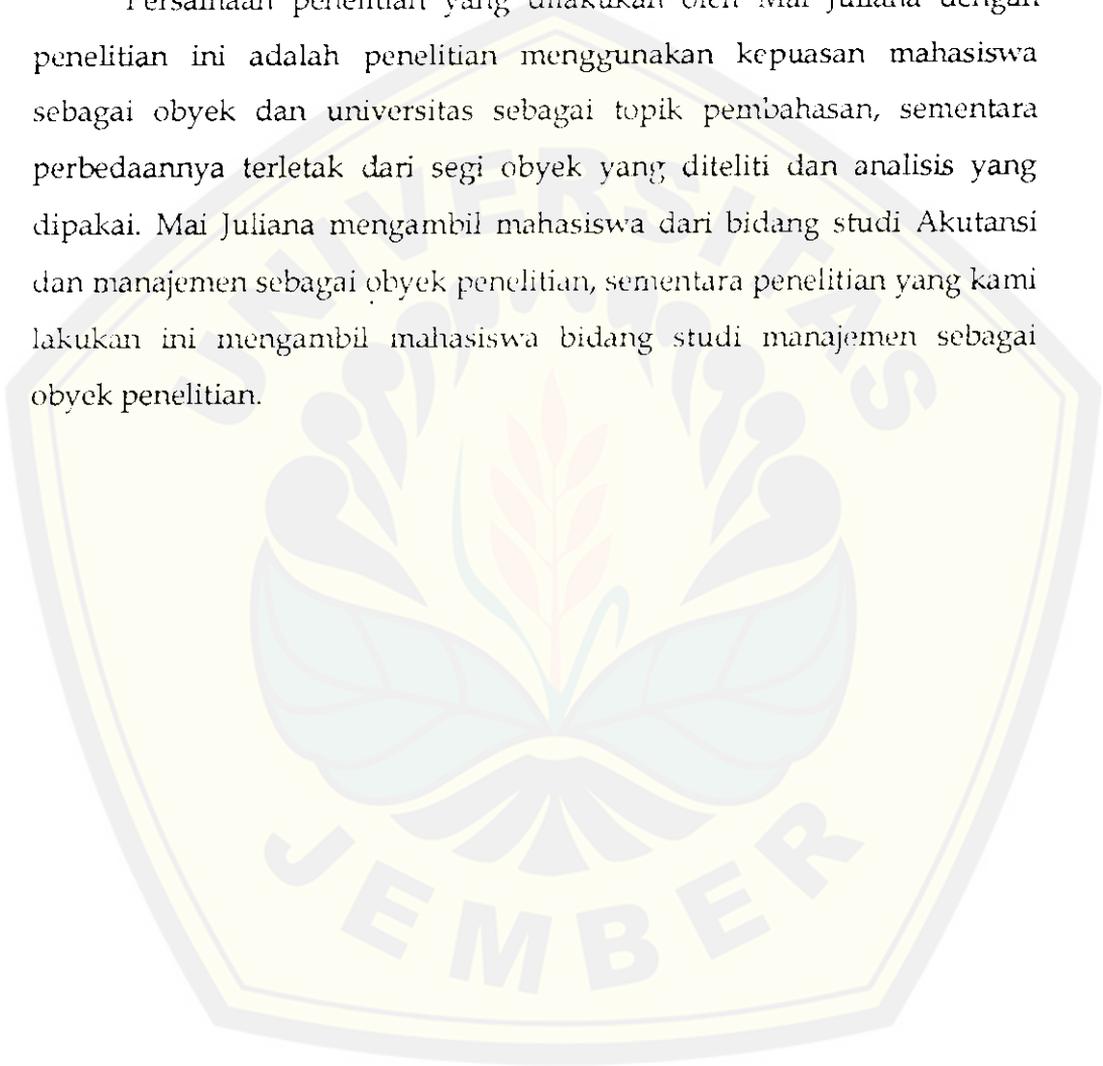
Penelitian dari Mai Juliana (2001), bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor bauran pemasaran jasa yang merupakan faktor pertimbangan dari mahasiswa dalam memilih kuliah di STIE AL-ANWAR Mojokerto dan juga pengaruh yang utama dari bauran pemasaran untuk pertimbangan mahasiswa memilih kuliah di STIE AL-ANWAR Mojokerto.

Purnomolastu, N. (2001), yang berjudul : "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan serta strategi pelayanan nasabah penyimpan dana Bank Jatim Cabang Utama di Surabaya ". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan serta strategi pelayanan nasabah penyimpan dana Bank Jatim Cabang Utama di Surabaya khususnya di cabang utama Surabaya tahun 2000 serta pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan para nasabah serta strategi apa yang dapat dilakukan guna meningkatkan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah. Alat analisis yang digunakan adalah linier berganda dengan menggunakan uji t dan uji F dan Importance Performance Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor bukti fisik, keandalan, kesigapan, jaminan dan empati secara bersama-sama mempengaruhi kualitas pelayanan sebesar 61,70%, sedangkan sebanyak 38,30% kualitas pelayanan dipengaruhi faktor lain.

Budiarti, Dwi Indah (2003), yang berjudul " Analisis posisi perusahaan sebagai dasar perumusan strategi perusahaan pada UD. Nico Busana Jember ". Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi yang efektif dan efisien bagi UD. Nico Busana Jember dalam menghadapi

persaingan pasar berdasarkan posisi masing-masing unit produk tersebut. Alat analisis yang digunakan adalah diagram matrik Boston Consulting Group (BCG). Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi pakaian wanita dalam matrik BCG berada pada posisi *Cash Cow*, posisi pakaian pria dan pakaian anak-anak dalam matrik BCG berada posisi *Dog*.

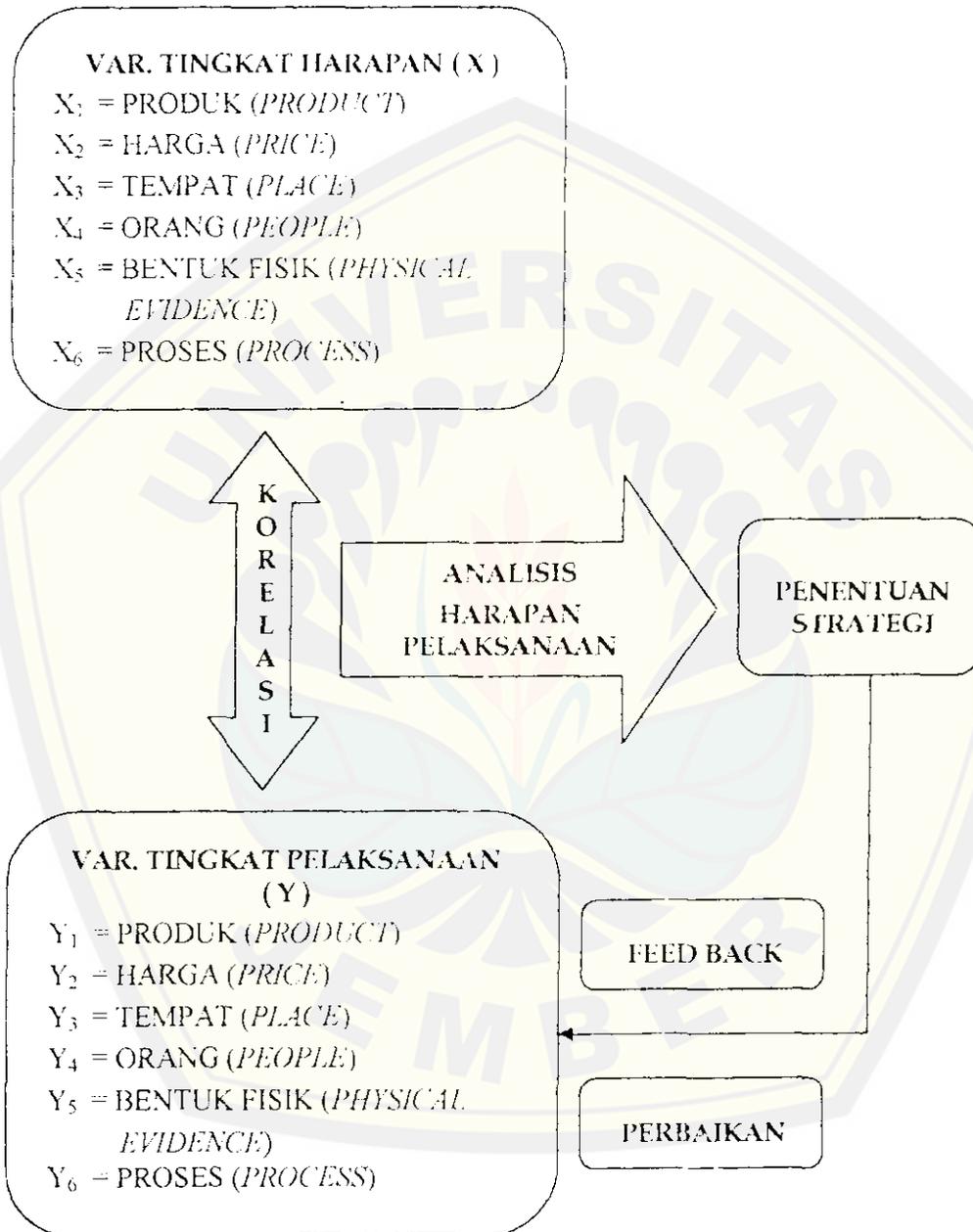
Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Mai Juliana dengan penelitian ini adalah penelitian menggunakan kepuasan mahasiswa sebagai obyek dan universitas sebagai topik pembahasan, sementara perbedaannya terletak dari segi obyek yang diteliti dan analisis yang dipakai. Mai Juliana mengambil mahasiswa dari bidang studi Akutansi dan manajemen sebagai obyek penelitian, sementara penelitian yang kami lakukan ini mengambil mahasiswa bidang studi manajemen sebagai obyek penelitian.



BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual



Gambar 3.1 : Kerangka Konseptual Penelitian

Dari kerangka konseptual diatas maka setelah dilakukan tabulasi dan skor dari jawaban responden terhadap masing-masing atribut yang telah ditentukan berdasarkan kuisisioner yang telah disiapkan, selanjutnya dicari korelasi antara variabel tingkat harapan dan variabel tingkat pelaksanaan (kinerja). Kalau korelasi keduanya cukup kuat maka dilakukan Analisis Harapan Pelaksanaan.

Analisis Harapan Pelaksanaan dimulai dengan menghitung rata-rata tingkat harapan dan tingkat pelaksanaan dari masing-masing atribut yang diteliti. Kemudian dicari perbandingan antara keduanya. Hasil perbandingan skor harapan dengan pelaksanaan disebut tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas perbaikan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember, sekaligus strategi penentuannya.

3.2 Hipotesis

- a. Ada hubungan yang nyata dan positif antara tingkat harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan (kinerja) Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember
- b. Dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa, maka manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember seharusnya menerapkan Strategi Prioritas Utama.

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Obyek penelitian

Obyek penelitian adalah Mahasiswa Program Reguler Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

4.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah adalah Mahasiswa Program Reguler Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dengan jenjang S1 tahun akademik 2001/2002, 2002/2003 dan 2003/2004.

Penetapan sampel dilakukan dengan teknik *proportional area random sampling* yang terdiri atas bagian per semester yang digunakan sebagai sampel penelitian. Teknik ini dimaksudkan bahwa pengambilan sampel dilakukan secara proposional sehingga setiap mahasiswa diwakili oleh jumlah yang sebanding dengan pengambilan secara random. Adapun penetapan besarnya sampel menggunakan pendekatan Slovin dalam Umar, H (1999 : 49):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persentasi ketelitian dalam pengambilan sample

Jumlah populasi Mahasiswa Program Reguler Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jember tahun akademik 2001 sampai dengan 2003 adalah 505 orang dan tingkat ketelitian dalam pengambilan sample adalah 1%, sehingga sample minimal yang harus diambil adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{505}{1 + (505 \cdot 0,01)} = \frac{505}{6,05} = 83,47 = 83 \text{ Sampel/Orang}$$

Jadi jumlah minimal sample dalam penelitian ini adalah 83 sampel atau orang. Dalam penelitian ini jumlah sample yang ditetapkan 100 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember.

Sedangkan untuk menentukan besarnya sampel berdasarkan masing-masing angkatan digunakan rumus :

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

Dimana:

f_i = Sampling fraction

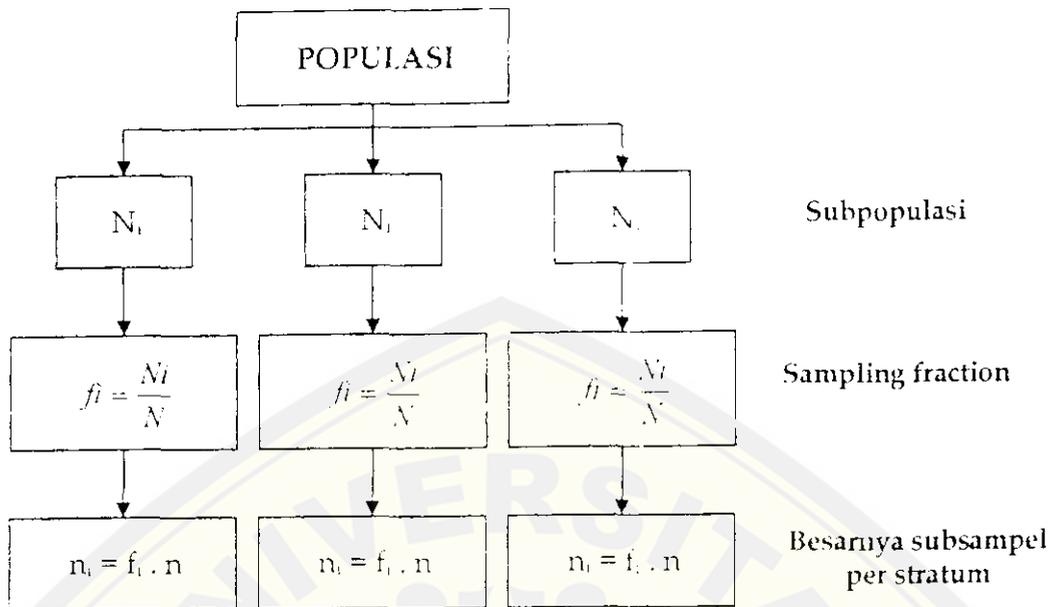
N_i = Subpopulasi

N = Populasi

Besarnya subsampel per stratum adalah

$$n_i = f_i \cdot n$$

Secara skemstik dapat dilihat dalam gambar 4.1 berikut ini :



Gambar 4.1 : Proses Sampling Fraction
 Sumber : Muhammad Nazir, 1998 : 355

Penyebaran sampel pada tiap-tiap angkatar dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 : Penyebaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember, Angkatan 2001 sampai Angkatan 2003.

Angkatan (Tahun)	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
2001/2002	182 orang	36 orang
2002/2003	155 orang	31 orang
2003/2004	168 orang	33 orang
Jumlah	505 orang	100 orang

Sumber : Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember, Februari 2004

4.3 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan tujuan penelitian ini digunakan variabel tingkat harapan (X) dan tingkat pelaksanaan atau kinerja (Y).

4.3.1 Atribut dari Tingkat Harapan (X)

1. Produk (*Product*) variable X_1 terdiri dari :
 - $X_{1.1}$ Kurikulum dan silabus.
 - $X_{1.2}$ Fasilitas laboratorium.
 - $X_{1.3}$ Perpustakaan.
 - $X_{1.4}$ Koperasi mahasiswa
2. Harga (*Price*) variable X_2 terdiri dari :
 - $X_{2.1}$ Jumlah biaya SPP.
 - $X_{2.2}$ Beasiswa.
 - $X_{2.3}$ Jumlah dana sumbangan masuk.
 - $X_{2.4}$ Persyaratan pembayaran.
3. Tempat (*Place*) variable X_3 terdiri dari :
 - $X_{3.1}$ Pemandokan dekat kampus.
 - $X_{3.2}$ Dekat dengan fasilitas umum.
 - $X_{3.3}$ Lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi.
 - $X_{3.4}$ Lokasi kampus tidak bising.
4. Orang (*People*) variable X_4 terdiri dari :
 - $X_{4.1}$ Pimpinan Fakultas yang mudah ditemui.
 - $X_{4.2}$ Penampilan karyawan dan Dosen.
 - $X_{4.3}$ Dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi.
 - $X_{4.4}$ Seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya.
5. Bentuk Fisik (*Physical Evidence*) variable X_5 terdiri dari :
 - $X_{5.1}$ Desain dari gedung.
 - $X_{5.2}$ Tata ruang dalam ruang kuliah.
 - $X_{5.3}$ Keindahan lingkungan.
 - $X_{5.4}$ Tersedianya tempat parkir.
6. Proses (*Process*) variable X_6 terdiri dari :
 - $X_{6.1}$ Proses perkuliahan.
 - $X_{6.2}$ Proses belajar mengajar yang responentatif.

X_{6.3} Bimbingan KRS lancar dan cepat.

X_{6.4} Prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.

4.3.2 Atribut dari Tingkat Pelaksanaan (Y)

1. Produk (*Product*) variable Y₁ terdiri dari :

Y_{1.1} Kurikulum dan silabus.

Y_{1.2} Fasilitas laboratorium.

Y_{1.3} Perpustakaan.

Y_{1.4} Koperasi mahasiswa

2. Harga (*Price*) variable Y₂ terdiri dari :

Y_{2.1} Jumlah biaya SPP.

Y_{2.2} Beasiswa.

Y_{2.3} Jumlah dana sumbangan masuk.

Y_{2.4} Persyaratan pembayaran.

3. Tempat (*Place*) variable Y₃ terdiri dari :

Y_{3.1} Pemandokan dekat kampus.

Y_{3.2} Dekat dengan fasilitas umum.

Y_{3.3} Lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi.

Y_{3.4} Lokasi kampus tidak bising.

4. Orang (*People*) variable Y₄ terdiri dari :

Y_{4.1} Pimpinan Fakultas yang mudah ditemui.

Y_{4.2} Penampilan karyawan dan Dosen.

Y_{4.3} Dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi.

Y_{4.4} Seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya.

5. Bentuk Fisik (*Physical Evulence*) variable Y₅ terdiri dari :

Y_{5.1} Desain dari gedung.

Y_{5.2} Tata ruang dalam ruang kuliah.

Y_{5.3} Keindahan lingkungan.

Y_{5.4} Tersedianya tempat parkir.

6. Proses (*Process*) variable Y_6 terdiri dari :
 - $Y_{6.1}$ Proses perkuliahan.
 - $Y_{6.2}$ Proses belajar mengajar yang *respentatif*.
 - $Y_{6.3}$ Bimbingan KRS lancar dan cepat.
 - $Y_{6.4}$ Prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.

4.4 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan identifikasi variabel tersebut diatas, dapat disusun definisi operasional masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Produk (*Product*) adalah sesuatu yang ditawarkan oleh perguruan tinggi kepada para mahasiswa atau masyarakat, yang ditawarkan tersebut adalah jasa perguruan tinggi. Atribut dari produk diukur dari 4 sub atribut yaitu kurikulum dan silabus, fasilitas laboratorium, perpustakaan dan koperasi mahasiswa
2. Harga (*Price*) adalah dana atau biaya yang harus dipenuhi atau dibayar oleh mahasiswa kepada perguruan tinggi yang bersangkutan. Atribut dari harga diukur dari 4 sub atribut yaitu jumlah biaya SPP, beasiswa, jumlah dana sumbangan masuk dan persyaratan pembayaran
3. Tempat (*Place*) adalah Lokasi dimana perguruan tinggi berada dalam artian tempat perguruan tinggi berdiri dan beroperasi. Atribut dari tempat diukur dari 4 sub atribut yaitu lokasi pemondokan dekat kampus, dekat dengan fasilitas umum, lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi dan lokasi kampus tidak bising.
4. Orang (*People*) adalah orang atau personil dari lembaga yang langsung maupun tidak langsung turut serta dalam proses kegiatan-kegiatan akademik. Atribut dari orang diukur dari 4 sub atribut yaitu pimpinan fakultas yang mudah ditemui, penampilan karyawan dan

dosen, dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi dan seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya.

5. Bentuk Fisik (*Physical Evidence*) merupakan lingkungan fisik dari perguruan tinggi yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan kualitas pelayanan. Atribut dari bentuk fisik diukur dari 4 sub atribut yaitu desain dari gedung, tata ruang dalam ruang kuliah, keindahan lingkungan dan tersedianya tempat parkir.
6. Proses (*Process*) adalah kegiatan-kegiatan yang menunjukkan bagaimana kegiatan akademik diberikan kepada mahasiswa selama menjalani kuliah. Atribut dari proses diukur dari 4 sub atribut yaitu proses perkuliahan, proses belajar mengajar yang responentif, bimbingan KRS lancar dan cepat dan prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.

4.5 Lokasi penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jember. Pelaksanaan penelitian dilakukan mulai September 2004 sampai dengan Oktober 2004.

4.6 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan :

- a. Survei Pendahuluan

Dengan menyebarkan Kuisisioner untuk mendapatkan validitas dan realibilitas instrument peneliti.

- b. Pengumpulan Data

Setelah dilakukan uji validitas dan realibilitas maka kuisisioner dapat disebarakan kepada seluruh responden, yang kemudian diseleksi, ditabulasi serta dianalisis menggunakan SPSS versi 11.0

4.7 Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian

Untuk menghitung derajat validitas dan realibilitas data dilakukan dengan uji statistik pendahuluan terhadap kuisioner kepada para responden sebagai berikut : Uji validitas dilakukan dengan correlation produk moment yang hasilnya ditunjukkan pada corrected item total correlation sedangkan uji realibilitas dilakukan dengan tehnik koefisien Alpha Cronbach yang hasilnya ditunjukkan pada Alpha.

4.8 Tehnik Analisis Data dan Uji Hipotesis

4.8.1. Tehnik Analisis Data

Untuk menjawab hipotesis pertama, yaitu ada hubungan yang nyata dan positif antara tingkat harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas dengan tingkat pelaksanaan atau kinerja Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas, digunakan metode korelasi rank (peringkat) Spearman. Metode korelasi rank (peringkat) Spearman digunakan apabila pengukuran kuantitatif secara eksak sulit atau tidak mungkin dilakukan.

Menurut Sugiyono (2003 : 107) koefisien korelasi rank Spearman dinotasikan dengan r dan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{(n^3 - 1)}$$

dimana :

d_i : menunjukkan perbedaan setiap pasang rank.

n : menunjukkan jumlah pasang rank.

Menurut Sugiyono (2003 : 107 - 108) langkah-langkah dalam menghitung koefisien korelasi rank Spearman dilakukan sebagai berikut :

1. Nilai pengamatan dan dua variabel yang akan diukur diberi peringkat. Bila ada nilai pengamatan yang sama dihitung peringkat rata-ratanya.
2. Setiap pasang peringkat dihitung perbedaannya (d).
3. Perbedaan setiap peringkat tersebut dikuadratkan dan kemudian dihitung jumlahnya.
4. Menghitung koefisien korelasi.

Nilai koefisien korelasi tersebut paling kecil adalah -1 dan paling besar $+1$. Jika $r =$ koefisien korelasi, nilai r dapat dinyatakan secara matematis sebagai berikut : $-1 \leq r \leq 1$

1. Jika $r = +1$: berarti hubungan variabel X dan variabel Y sempurna dan positif
2. Jika r mendekati $+1$: berarti hubungannya sangat kuat dan positif,
3. Jika $r = -1$: berarti hubungan variabel X dan variabel Y sempurna dan negatif
4. Jika r mendekati -1 : berarti hubungannya sangat kuat dan negatif,
5. Jika $r = 0$: berarti tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y.

Menurut Young (1982) dalam Djarwanto, Ps (1996: 169), kriteria untuk koefisien korelasi adalah:

1. 0,7 sampai mendekati 1 (plus atau minus) menunjukkan adanya derajat hubungan yang tinggi;
2. 0,4 sampai dibawah 0,7 (plus atau minus) menunjukkan derajat hubungan yang sedang;
3. Di atas 0,2 sampai di bawah 0,4 (plus atau minus) menunjukkan adanya korelasi yang rendah;
4. Kurang dan 0,2 (plus atau minus) berarti hubungan itu dapat diabaikan.

Untuk menjawab hipotesis kedua, yaitu Fakultas Ekonomi Program Reguler Universitas Jember harus menerapkan Strategi Prioritas Utama digunakan Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan (*Important and Performance Analysis*).

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan merupakan pendekatan multiatribut, artinya kepuasan terhadap produk atau jasa ataupun perusahaan atau lembaga dianalisis melalui berbagai atribut. (Bilson Sirnamora, 2001 : 191).

Tingkat kepentingan dan Tingkat kinerja diperoleh dan penilaian mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Universitas Jember terhadap atribut-atribut yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini berarti terdapat dua variable X dan Y, di mana X merupakan tingkat pelaksanaan pelanggan perusahaan atau lembaga, sedangkan variable Y merupakan tingkat harapan pelanggan perusahaan atau lembaga yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$TK(Rasio) = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

TK = Tingkat Kesesuaian (Rasio)

X_i = Skor penilaian pelaksanaan pelanggan

Y_i = Skor penilaian harapan lembaga

Hasil perbandingan skor pelaksanaan dengan skor harapan disebut tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Idealnya peringkat harapan sama dengan peringkat tingkat pelaksanaan. Jadi kalau

fasilitas perkuliahan menempati tingkat kepentingan yang paling tinggi, maka kinerja atribut tersebut seharusnya juga paling tinggi.

Selanjutnya dibuat diagram kartesiusnya. Diagram kartesius adalah suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan pada titik-titik X dan Y. Titik potong X merupakan skor rata-rata dan tingkat harapan, sedangkan titik potong Y adalah skor rata-rata dan tingkat pelaksanaan.

Tingkat Pelaksanaan (Y)	Prioritas Utama	Pertahankan
	Prioritas Rendah	Berlebihan
	Tingkat Harapan (X)	

Gambar 4.2 : Penentuan Strategi Berdasarkan Diagram Kartesius

Sumber : Bilson Simamora, 2001: 215

4.8.2. Uji Hipotesis

Proses pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan alat analisis koefisien korelasi populasi dilakukan (Sudrajat, 1985 : 221 - 224) sebagai berikut:

1. Hipotesis:
Ho : $\rho = 0$ (tidak ada hubungan)
Hi : $\rho \neq 0$ (ada hubungan)
2. Uji signifikansi harga observasi r, tergantung pada besarnya sampel:
 - a. Untuk sampel kecil gunakan tabel r,
 - b. Untuk sampel besar ($n \geq 10$) menggunakan tabel nilai t, di mana harga t observasi dihitung dengan rumus:

$$t = r_s \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r_s^2}}$$

3. Menentukan taraf signifikansi dan besarnya sampel
4. Kesimpulan:
 - a. Sampel kecil : H_0 ditolak bila r observasi lebih besar daripada r tabel, dan sebaliknya.
 - b. Sampel besar : H_0 ditolak bila t hitung lebih besar daripada nilai t tabel dan sebaliknya.

Uji hipotesis kedua dilakukan dengan menggunakan analisis kinerja kepentingan (*Importance Performance Analysis*) dengan bantuan diagram kartesius. Menurut Bilson Simamora (2001: 213 - 214) dengan menggunakan diagram kartesius, ada empat rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak manajemen.

1. **Prioritas Utama.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di bawah rata-rata (relatif penting), akan tetapi pelaksanaan masih di atas rata-rata. Idealnya, kalau tingkat harapan di atas rata-rata, maka pelaksanaan juga di atas rata-rata. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian utama pada atribut-atribut yang termasuk pada kategori ini.
2. **Pertahankan.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di atas rata-rata (relatif penting) dan pelaksanaan juga di atas rata-rata, ini adalah kondisi ideal. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan kondisi ini
3. **Berlebihan.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di atas rata-rata (relatif kurang penting), akan tetapi pelaksanaan di bawah rata-rata. Hal ini merupakan kondisi yang berlebihan. Berlebihannya dalam arti relatif dengan kata lain, dibanding atribut lain yang lebih penting, seharusnya atribut harapan

tersebut lebih rendah sesuai dengan tingkat pelaksanaan yang relatif lebih rendah.

4. **Prioritas Rendah.** Yang termasuk dalam kategori ini adalah atribut yang tingkat harapan di bawah rata-rata (relatif kurang penting), dan pelaksanaan juga di bawah rata-rata.



BAB V

HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi Universitas Jember

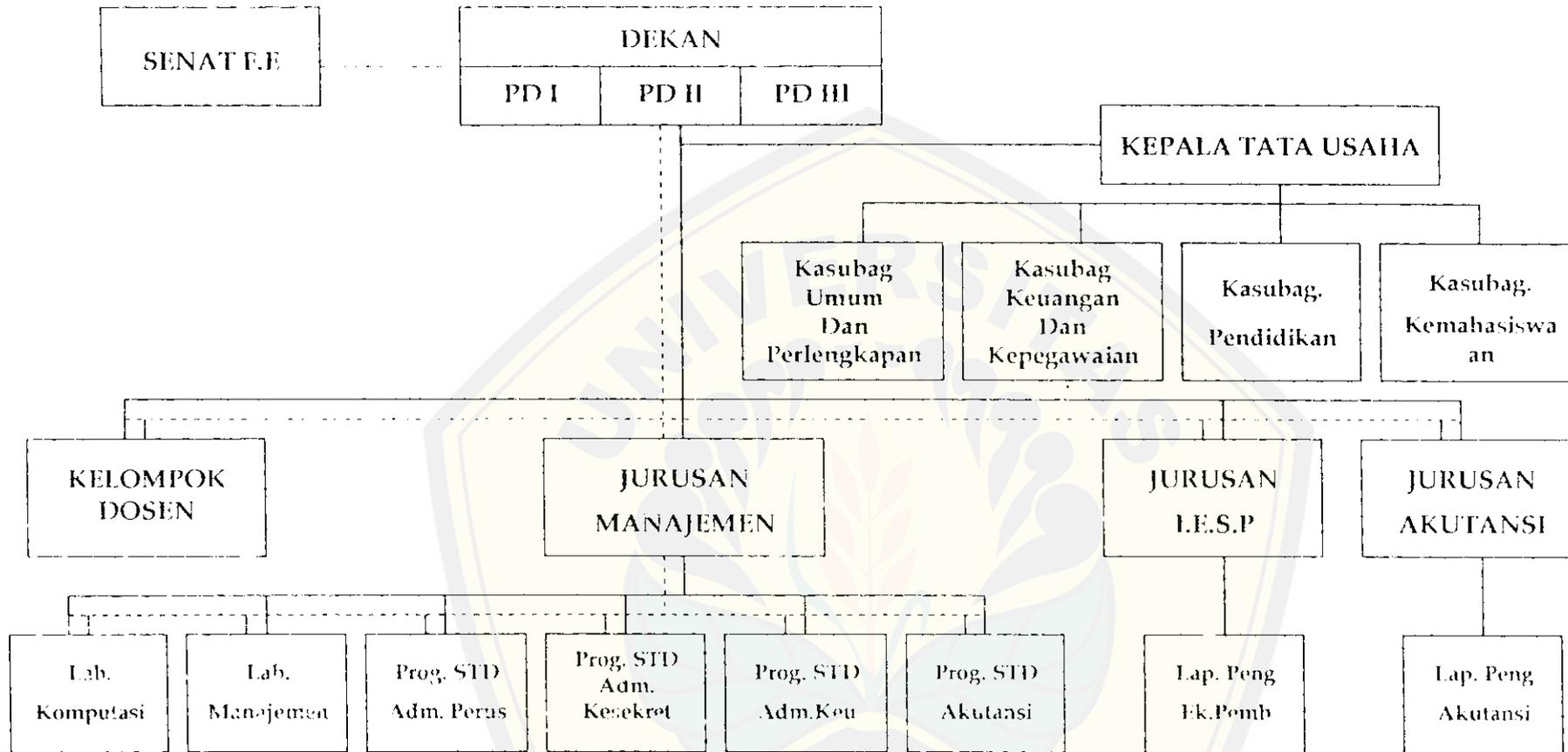
Universitas Jember merupakan Perguruan Tinggi Negeri di Propinsi Jawa Timur yang berada di Kabupaten Jember. Sejak berdirinya pada tahun 1964, saat ini Universitas Jember berkembang pesat hal ini dapat dilihat dengan banyaknya fakultas dan program studi yang ada, yakni 9 fakultas, 2 program ekstensi S1, 42 Program studi S1, 11 program studi S0, 2 program penyetaraan, 1 program akta IV dan 1 program Pascasarjana dengan 5 (lima) program studi magister.

Fakultas Ekonomi merupakan bagian dari Universitas Jember yang lataknya di Jalan Jawa Jember ini terdiri dari 5 Program Studi, yaitu Program studi Manajemen, Program studi Ilmu Ekonomi Pembangunan, Program studi Akutansi, Program studi Diploma Ili dan Program studi Ekstensi.

Fakultas Ekonomi didirikan bersamaan dengan berdirinya Universitas Jember dengan Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan Nomor 151 Tahun 1964 Tanggal 9 November 1964 akan tetapi kedudukannya masih di Banyuwangi, akan tetapi atas kebijaksanaan Rektor dengan Surat Keputusan Nomor : 583/UA/22/'65 tanggal 31 Desember 1965 Fakultas Ekonomi dipindahkan ke Jember. Dan sejak itu Fakultas Ekonomi dipimpin oleh seorang Dekan.

Fakultas Ekonomi Universitas Jember memiliki struktur organisasi sebagai berikut :

Digital Repository Universitas Jember



Gambar 5.1 : Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Sumber : Fakultas Ekonomi Universitas Jember, 2004

Keterangan :

- : Garis Komando
- - - - - : Garis Koordinasi

Berdasarkan gambar 5.1 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Fakultas Ekonomi Universitas Jember dipimpin oleh seorang Dekan yang dibantu oleh tiga orang Pembantu Dekan. Setiap Program Studi dipimpin oleh seorang Ketua Program Studi yang dibantu oleh seorang sekretaris. Administrasi dipimpin oleh seorang koordinator tata usaha yang dibantu dua orang kepala urusan yaitu kepala urusan administrasi, keuangan, kepegawaian, umum dan perlengkapan dan kepala urusan administrasi akademik dan kemahasiswaan.

Pada awal berdirinya, Fakultas Ekonomi Universitas Jember telah mendapat sambutan hangat dan masyarakat. Hal ini terbukti dengan banyaknya calon mahasiswa yang mendaftarkan diri. Pada tahun 2001 Mahasiswanya sebanyak 182 orang. Perkembangan dari tahun 2001 sampai tahun 2003 selengkapnya dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut ini :

Tabel 5.1 : Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember tahun 2001 s/d 2003

Angkatan (Tahun)	Jumlah Mahasiswa (orang)
2001/2002	182 orang
2002/2003	155 orang
2003/2004	168 orang
Jumlah	505 orang

Sumber : Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember, Februari 2004

5.1.2 Karakteristik Responden

Responden yang dijadikan obyek penelitian ini terdiri dan sebagian mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Jember dan angkatan 2001/2002 sampai dengan 2003/2004 (lihat selengkapnya pada tabel 5.2). Sampel diambil sebanyak 100 orang mahasiswa dengan distribusi menurut tahun angkatannya adalah sebagai berikut :

Tabel 5.2 : Distribusi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No.	Angkatan (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	2001/2002	36 orang	36%
2.	2002/2003	31 orang	31%
3.	2003/2004	33 orang	33%
Jumlah		100 orang	100%

Sumber : Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember, Februari 2004

5.2 Analisis Hasil Penelitian

5.2.1 Deskripsi Variabel Harapan

Analisis deskripsi variabel harapan dimaksudkan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden dan daftar pertanyaan terhadap harapan variabel Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), Orang (People), Bentuk Fisik (Physical Evidence) dan Proses (Process). Hasil selengkapnya dan distribusi frekuensi tersebut disajikan dalam tabel-tabel berikut ini.

- a. Tingkat Harapan Variabel Produk (Product) : Variabel X_1

Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Produk (X_1)

No.	Variabel X_1 Produk	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	2	2	19	19	63	63	16	16
2.	Pertanyaan 2	0	0	2	2	25	25	59	59	14	14
3.	Pertanyaan 3	0	0	2	2	20	20	59	59	19	19
4.	Pertanyaan 4	0	0	5	5	32	32	46	46	17	17

Sumber: Lampiran 3a

Berdasarkan tabel 5.3 data empirik di atas diketahui bahwa tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 1 tentang kurikulum dan silabus dari 100 responden terdapat 2 reponden (2%) yang menyatakan tidak penting; 19 responden (19%) yang menyatakan sedang; 63 responden (63%) yang menyatakan penting dan 16 responden (16%) yang

menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 1 tentang kurikulum dan silabus bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 2 tentang fasilitas laboratorium dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak penting; 25 responden (25%) yang menyatakan sedang; 59 responden (59%) yang menyatakan penting dan 14 responden (14%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 2 tentang fasilitas laboratorium bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 3 tentang perpustakaan dari 100 responden terdapat 2 responden yang menyatakan tidak penting; 20 responden (20%) yang menyatakan sedang; 59 responden (59%) yang menyatakan penting dan 19 responden (19%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 3 tentang perpustakaan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 4 tentang koperasi mahasiswa dari 100 responden terdapat 2 responden (5%) yang menyatakan tidak penting; 32 responden (32%) yang menyatakan sedang, 46 responden (46%) yang menyatakan penting dan 17 responden (17%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel produk (X_1) pertanyaan 4 tentang koperasi mahasiswa bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

b. Tingkat Harapan Variabel Harga (Price) : Variabel X_2

Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Harga (X_2)

No.	Variabel X_2 Harga	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	0	0	22	22	54	54	24	24
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	26	26	50	50	24	24
3.	Pertanyaan 3	0	0	2	2	30	30	51	51	17	17
4.	Pertanyaan 4	0	0	0	0	21	21	54	54	25	25

Sumber: Lampiran 3a

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.4 di atas diketahui bahwa tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 1 tentang biaya SPP dari 100 responden terdapat 22 responden (22%) yang menyatakan sedang; 54 responden (54%) yang menyatakan penting dan 24 responden (24%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 1 tentang biaya SPP bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 2 tentang beasiswa dari 100 responden terdapat 26 responden (26%) yang menyatakan sedang; 50 responden (50%) yang menyatakan penting dan 24 responden (24%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 2 tentang beasiswa bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 3 tentang jumlah dana sumbangan masuk dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak penting; 30 responden (30%) yang menyatakan sedang; 51 responden (51%) yang menyatakan penting dan 17 responden (17%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 3

tentang jumlah dana sumbangan masuk bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 4 tentang persyaratan pembayaran dari 100 responden terdapat 21 responder (21%) yang menyatakan sedang; 54 responden (54%) yang menyatakan penting dan 25 responden (25%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel harga (X_2) pertanyaan 4 tentang persyaratan pembayaran bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

c. Tingkat Harapan Variabel Tempat (Place) : Variabel X_3

Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Tempat (X_3)

No.	Variabel X_3 Tempat	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	6	6	25	25	45	45	24	24
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	13	13	61	61	26	26
3.	Pertanyaan 3	0	0	11	11	35	35	48	48	6	6
4.	Pertanyaan 4	0	0	6	6	17	17	66	66	11	11

Sumber: Lampiran 3a

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.5 di atas diketahui bahwa tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 1 tentang pemondokan dekat kampus dari 100 responden terdapat 6 responden yang menyatakan tidak penting; 25 responden (25%) yang menyatakan sedang; 45 responden (45%) yang menyatakan penting dan 24 responden (24%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 1 tentang pemondokan dekat kampus bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 2 tentang dekat dengan fasilitas umum dari 100 responden terdapat 13 responden (13%) yang menyatakan sedang; 61 responden (61%) yang menyatakan penting dan 26 responden (26%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 2 tentang dekat dengan fasilitas umum bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 3 tentang lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi dari 100 responden terdapat 11 responden yang menyatakan tidak penting, 35 responden (35%) yang menyatakan sedang; 48 responden (48%) yang menyatakan penting dan 6 responden (6%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 3 tentang lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 4 tentang lokasi kampus tidak bising dari 100 responden terdapat 6 responden (6%) yang menyatakan tidak penting; 17 responden (17%) yang menyatakan sedang; 66 responden (66%) yang menyatakan penting dan 11 responden (11%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel tempat (X_3) pertanyaan 4 tentang lokasi kampus tidak bising bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

d. Tingkat Harapan Variabel Orang (People) : Variabel X_4

Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Orang (X_4)

No.	Variabel X_4 Orang	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	3	3	20	20	52	52	25	25
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	16	16	67	67	17	17
3.	Pertanyaan 3	0	0	3	3	8	8	62	62	27	27
4.	Pertanyaan 4	0	0	5	5	30	30	50	50	15	15

Sumber: Lampiran 3a

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.6 di atas diketahui bahwa tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 1 tentang pimpinan fakultas yang mudah ditemui dari 100 responden terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak penting; 20 responden (20%) yang menyatakan sedang; 52 responden (52%) yang menyatakan penting dan 25 responden (25%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 1 tentang pimpinan fakultas yang mudah ditemui bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 2 tentang penampilan karyawan dan dosen dari 100 responden terdapat 16 responden (16%) yang menyatakan sedang; 67 responden (67%) yang menyatakan penting dan 17 responden (17%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 2 tentang penampilan karyawan dan dosen bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 3 tentang Dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi dari 100 terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak penting; 8 responden (8%) yang menyatakan

sedang; 62 responden (62%) yang menyatakan penting dan 27 responden (27%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 3 tentang dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 4 tentang seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya dari 100 terdapat 5 responden (5%) yang menyatakan tidak penting; 30 responden (30%) yang menyatakan sedang; 50 responden (50%) yang menyatakan penting dan 15 responden (15%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel orang (X_4) pertanyaan 3 tentang dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

e. Tingkat Harapan Variabel Physical Evidence (Bentuk Fisik) : Variabel X_5

Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Bentuk Fisik (X_5)

No.	Variabel X_5 Bentuk Fisik	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	2	2	16	16	56	56	26	26
2.	Pertanyaan 2	0	0	3	3	29	29	42	42	26	26
3.	Pertanyaan 3	0	0	6	6	19	19	47	47	28	28
4.	Pertanyaan 4	0	0	2	2	20	20	63	63	15	15

Sumber: Lampiran 3a

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.7 di atas diketahui bahwa tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 1 tentang desain dari gedung dari 100 responden terdapat 2 (2%) responden yang menyatakan tidak penting; 16 responden (16%) yang menyatakan

sedang; 56 responden (56%) yang menyatakan penting dan 26 responden (26%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 1 tentang desain dari gedung bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 2 tentang tata ruang dan ruang kuliah dari 100 responden terdapat 3 (3%) responden yang menyatakan tidak penting; 29 responden (29%) yang menyatakan sedang; 42 responden (42%) yang menyatakan penting dan 26 responden (26%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 2 tentang tata ruang dan ruang kuliah bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 3 tentang keindahan lingkungan dari 100 responden terdapat 6 responden (6%) yang menyatakan tidak penting; 19 responden (19%) yang menyatakan sedang; 47 responden (47%) yang menyatakan penting dan 28 responden (28%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 3 tentang keindahan lingkungan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 4 tentang tersedianya tempat parkir dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak penting; 20 responden (20%) yang menyatakan sedang; 63 responden (63%) yang menyatakan penting dan 15 responden (15%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan

dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel bentuk fisik (X_5) pertanyaan 4 tentang tersedianya tempat parkir bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

f. Tingkat Harapan Variabel Proses (Process) : Variabel X_6

Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Tingkat Harapan Variabel Proses (X_6)

No.	Variabel X_6 Proses	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	2	2	22	22	49	49	27	27
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	24	24	64	64	12	12
3.	Pertanyaan 3	0	0	0	0	24	24	46	46	30	30
4.	Pertanyaan 4	0	0	2	2	16	16	57	57	25	25

Sumber: Lampiran 3a

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.8 di atas diketahui bahwa tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 1 tentang proses perkuliahan dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak penting; 22 responden (22%) yang menyatakan sedang; 49 responden (49%) yang menyatakan penting dan 27 responden (27%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 1 tentang proses perkuliahan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 2 tentang proses belajar mengajar yang representatif dari 100 responden terdapat 24 responden (24%) yang menyatakan sedang; 64 responden (64%) yang menyatakan penting dan 12 responden (12%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 2 tentang proses belajar mengajar yang representatif bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 3 tentang bimbingan KRS lancar dan cepat dari 100 responden terdapat 24 responden (24%) yang menyatakan sedang; 46 responden (46%) yang menyatakan penting dan 30 responden (30%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 3 tentang bimbingan KRS lancar dan cepat bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

Tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 4 tentang prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak penting; 16 responden (16%) yang menyatakan sedang; 57 responden (57%) yang menyatakan penting dan 25 responden (25%) menyatakan sangat penting. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat harapan variabel proses (X_6) pertanyaan 4 tentang prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah penting.

5.2.2 Deskripsi Variabel Pelaksanaan

Analisis deskripsi variabel pelaksanaan dimaksudkan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden dan daftar pertanyaan terhadap pelaksanaan variabel Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), Orang (People), Bentuk Fisik (Physical Evidence) dan Proses (Process). Hasil selengkapnya dan distribusi frekuensi tersebut disajikan dalam tabel-tabel berikut ini.

a. Tingkat Pelaksanaan Variabel Produk (Product) : Variabel Y_1

Tabel 5.9 Distribuci Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Produk (Y_1)

No.	Variabel Y_1 Produk	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	3	3	20	20	52	52	25	25
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	16	16	67	67	17	17
3.	Pertanyaan 3	0	0	3	3	8	8	62	62	27	27
4.	Pertanyaan 4	0	0	5	5	30	30	50	50	15	15

Sumber: Lampiran 3b

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.9 di atas diketahui bahwa tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 1 tentang kurikulum dan silabus dari 100 responden terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak puas; 20 responden (20%) yang menyatakan sedang; 52 responden (52%) yang menyatakan puas dan 25 responden (25%) yang menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 1 tentang kurikulum dan silabus bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 2 tentang fasilitas laboratorium dari 100 responden terdapat 16 responden (16%) yang menyatakan sedang; 67 responden (67%) yang menyatakan puas dan 17 responden (17%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 2 tentang fasilitas laboratorium bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 3 tentang perpustakaan dari 100 responden terdapat 3 responden (3%) yang

menyatakan tidak puas; 8 responden (8%) yang menyatakan sedang; 62 responden (62%) yang menyatakan puas dan 27 responden (27%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 3 tentang perpustakaan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 4 tentang koperasi mahasiswa dari 100 responden terdapat 5 responden (5%) yang menyatakan tidak puas; 30 responden (30%) yang menyatakan sedang; 50 responden (50%) yang menyatakan puas dan 15 responden (15%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel produk (Y_1) pertanyaan 4 tentang koperasi mahasiswa bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

b. Tingkat Pelaksanaan Variabel Harga (Price) : Variabel Y_2

Tabel 5.10 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Harga (Y_2)

No.	Variabel Y_2 Harga	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	2	2	16	16	56	56	26	26
2.	Pertanyaan 2	0	0	3	3	29	29	42	42	26	26
3.	Pertanyaan 3	0	0	6	6	19	19	47	47	28	28
4.	Pertanyaan 4	0	0	2	2	20	20	63	63	15	15

Sumber: Lampiran 3b

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.10 di atas diketahui bahwa tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2) pertanyaan 1 tentang biaya SPP dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak puas; 16 responden (16%) yang menyatakan sedang; 56

responden (56%) yang menyatakan puas dan 26 responden (26%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2) pertanyaan 1 tentang biaya SPP bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2) pertanyaan 2 tentang beasiswa dari 100 responden terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak puas; 29 responden (29%) yang menyatakan sedang; 42 responden (42%) yang menyatakan puas dan 26 responden (26%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2) pertanyaan 2 tentang beasiswa bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2) pertanyaan 3 tentang jumlah dana sumbangan masuk dari 100 responden terdapat 6 responden (6%) yang menyatakan tidak puas; 19 responden (19%) yang menyatakan sedang; 47 responden (47%) yang menyatakan puas dan 28 responden (28%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2) pertanyaan 3 tentang jumlah dana sumbangan masuk bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2) pertanyaan 4 tentang persyaratan pembayaran dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak puas; 20 responden (20%) yang menyatakan sedang; 63 responden (63%) yang menyatakan puas dan 15 responden (15%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel harga (Y_2)

pertanyaan 4 tentang persyaratan pembayaran bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

c. Tingkat Pelaksanaan Variabel Tempat (Place) : Variabel Y₃

Tabel 5.11 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Harga (Y₃)

No.	Variabel Y ₃ Tempat	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	2	2	22	22	49	49	27	27
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	24	24	64	64	12	12
3.	Pertanyaan 3	0	0	0	0	24	24	46	46	30	30
4.	Pertanyaan 4	0	0	2	2	16	16	57	57	25	25

Sumber: Lampiran 3b

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.11 di atas diketahui bahwa tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y₃) pertanyaan 1 tentang pemondokan dekat kampus dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak puas; 22 responden (22%) yang menyatakan sedang; 49 responden (49%) menyatakan puas dan 27 responden (27%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y₃) pertanyaan 1 tentang pemondokan dekat kampus bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y₃) pertanyaan 2 tentang dekat dengan fasilitas umum dari 100 responden terdapat 24 responden (24%) yang menyatakan sedang; 64 responden (64%) yang menyatakan puas dan 12 responden (12%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y₃) pertanyaan 2 tentang dekat dengan fasilitas umum bagi

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y_3) pertanyaan 3 tentang lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi dari 100 responden terdapat 24 responden (24%) yang menyatakan sedang; 46 responden (46%) yang menyatakan puas dan 30 responden (30%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y_3) pertanyaan 3 tentang lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y_3) pertanyaan 4 tentang lokasi kampus tidak bising dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak puas; 16 responden (16%) yang menyatakan sedang; 57 responden (57%) yang menyatakan puas dan 25 responden (25%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel tempat (Y_3) pertanyaan 4 tentang lokasi kampus tidak bising bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

d. Tingkat Pelaksanaan Variabel Orang (People) : Variabel Y_4

Tabel 5.12 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Orang (Y_4)

No.	Variabel Y_4 Orang	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	10	10	28	28	59	59	3	3
2.	Pertanyaan 2	4	4	0	0	30	30	61	61	5	5
3.	Pertanyaan 3	0	0	7	7	24	24	62	62	7	7
4.	Pertanyaan 4	0	0	7	7	39	39	53	53	1	1

Sumber: Lampiran 3b

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.12 di atas diketahui bahwa tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 1 tentang pimpinan fakultas yang mudah ditemui dari 100 responden terdapat 10 responden yang menyatakan tidak puas; 28 responden (28%) yang menyatakan sedang; 59 responden (59%) yang menyatakan puas dan 3 responden (3%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 1 tentang pimpinan fakultas yang mudah ditemui bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 2 tentang penampilan karyawan dan dosen dari 100 responden terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan sangat tidak puas; 30 responden (30%) yang menyatakan sedang; 61 responden (61%) yang menyatakan puas dan 5 responden (5%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 2 tentang penampilan karyawan dan dosen bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 3 tentang dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi dari 20 responden terdapat 7 responden (7%) yang menyatakan tidak puas; 24 responden (24%) yang menyatakan sedang; 62 responden (62%) yang menyatakan puas dan 7 responden (7%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 3 tentang dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 4 tentang seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya dari 100 responden terdapat 7 responden (7%) yang menyatakan tidak puas; 39 responden (39%) yang menyatakan sedang; 53 responden (53%) yang menyatakan puas dan 1 responden (1%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel orang (Y_4) pertanyaan 3 tentang seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemer. Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

e. Tingkat Pelaksanaan Variabel Physical Evidence (Bentuk Fisik):
Variabel Y_5

Tabel 5.13 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Bentuk Fisik (Y_5)

No.	Variabel Y_5 Bentuk Fisik	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	2	2	32	32	60	60	6	6
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	26	26	68	68	6	6
3.	Pertanyaan 3	0	0	3	3	38	38	56	56	3	3
4.	Pertanyaan 4	0	0	3	3	21	21	63	63	13	13

Sumber: Lampiran 3b

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.13 di atas diketahui bahwa tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 1 tentang desain dari gedung dari 100 responden terdapat 2 (2%) responden yang menyatakan tidak puas; 32 responden (32%) yang menyatakan sedang; 60 responden (60%) yang menyatakan puas dan 6 responden (6%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 1 tentang desain dari gedung bagi Mahasiswa

Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 2 tentang tata ruang dalam ruang kuliah dari 100 responden terdapat 26 responden (26%) yang menyatakan sedang; 68 responden (68%) yang menyatakan puas dan 6 responder (6%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 2 tentang tata ruang dalam ruang kuliah bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 3 tentang keindahan lingkungan dari 100 responden terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak puas; 38 responden (38%) yang menyatakan sedang; 56 responden (56%) yang menyatakan puas dan 3 responden (3%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 3 tentang keindahan lingkungan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 4 tentang tersedianya tempat parkir dari 100 responden terdapat terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak puas; 21 responden (21%) yang menyatakan sedang; 63 responden (63%) yang menyatakan puas dan 13 responden (13%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel bentuk fisik (Y_5) pertanyaan 4 tentang tersedianya tempat parkir bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

f. Tingkat Pelaksanaan Variabel Proses (Process) : Variabel Y_6

Tabel 5.14 Distribusi Frekuensi Tingkat Pelaksanaan Variabel Proses (Y_6)

No.	Variabel Y_6 Proses	Nilai Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pertanyaan 1	0	0	2	2	30	30	62	62	6	6
2.	Pertanyaan 2	0	0	0	0	23	23	71	71	6	6
3.	Pertanyaan 3	0	0	3	3	35	35	59	59	3	3
4.	Pertanyaan 4	0	0	3	3	18	18	66	66	13	13

Sumber: Lampiran 3b

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel 5.14 di atas diketahui bahwa tingkat pelaksanaan variabel proses (Y_6) pertanyaan 1 tentang proses perkuliahan dari 100 responden terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan tidak puas; 30 responden (30%) yang menyatakan sedang; 62 responden (62%) yang menyatakan puas dan 6 responden (6%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel proses (Y_6) pertanyaan 1 tentang proses perkuliahan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel proses (Y_6) pertanyaan 2 tentang proses belajar mengajar yang respentatif dari 100 responden terdapat 23 responden (23%) yang menyatakan sedang; 71 responden (71%) yang menyatakan puas dan 6 responden (6%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel proses (Y_6) pertanyaan 2 tentang proses belajar mengajar yang respentatif bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel proses (Y₁) pertanyaan 3 tentang Bimbingan KRS lancar dan cepat dari 100 responden terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak puas; 35 responden (35%) yang menyatakan sedang; 59 responden (59%) yang menyatakan puas dan 3 responden (3%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel proses (Y₁) pertanyaan 3 tentang bimbingan KRS lancar dan cepat bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

Tingkat pelaksanaan variabel proses (Y₂) pertanyaan 4 tentang prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit dari 100 responden terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan tidak puas; 18 responden (18%) yang menyatakan sedang; 66 responden (66%) yang menyatakan puas dan 13 responden (13%) menyatakan sangat puas. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tingkat pelaksanaan variabel proses (Y₂) pertanyaan 4 tentang prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah memuaskan pelanggan atau mahasiswa.

5.2.3 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Product Moment dan Pearson yang diolah dengan menggunakan SPSS for windows. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan (subatribut) adalah valid.

Hasil selengkapnya dan uji validitas dari tiap-tiap tingkat harapan dan tingkat pelaksanaan dapat disajikan dalam tabel-tabel berikut ini.

5.2.3.1 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan (X)

Tabel 5.15 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Produk (X_1)

No.	Pertanyaan X_1	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan X_{11}	0,5605	0,195	Valid
2.	Pertanyaan X_{12}	0,6963	0,195	Valid
3.	Pertanyaan X_{13}	0,7609	0,195	Valid
4.	Pertanyaan X_{14}	0,6419	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4a

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.15 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat harapan produk (X_1) adalah valid.

Tabel 5.16 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Harga (X_2)

No.	Pertanyaan X_2	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan X_{21}	0,5298	0,195	Valid
2.	Pertanyaan X_{22}	0,6927	0,195	Valid
3.	Pertanyaan X_{23}	0,7323	0,195	Valid
4.	Pertanyaan X_{24}	0,7172	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4a

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.16 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat harapan harga adalah valid.

Tabel 5.17 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Tempat (X_3)

No.	Pertanyaan (X_3)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan X_{31}	0,6780	0,195	Valid
2.	Pertanyaan X_{32}	0,3727	0,195	Valid
3.	Pertanyaan X_{33}	0,4873	0,195	Valid
4.	Pertanyaan X_{34}	0,7872	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4a

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.17 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat harapan tempat adalah valid.

Tabel 5.18 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Orang (X_4)

No.	Pertanyaan (X_4)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan X_{41}	0,6475	0,195	Valid
2.	Pertanyaan X_{42}	0,6402	0,195	Valid
3.	Pertanyaan X_{43}	0,6729	0,195	Valid
4.	Pertanyaan X_{44}	0,5279	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4a

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.18 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat harapan orang adalah valid.

Tabel 5.19 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Bentuk Fisik (X_5)

No.	Pertanyaan (X_5)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan X_{51}	0,6426	0,195	Valid
2.	Pertanyaan X_{52}	0,7878	0,195	Valid
3.	Pertanyaan X_{53}	0,7375	0,195	Valid
4.	Pertanyaan X_{54}	0,5466	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4a

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.19 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat harapan bentuk fisik adalah valid.

Tabel 5.20 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Proses (X_6)

No.	Pertanyaan (X_6)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan X_{61}	0,4640	0,195	Valid
2.	Pertanyaan X_{62}	0,4160	0,195	Valid
3.	Pertanyaan X_{63}	0,4684	0,195	Valid
4.	Pertanyaan X_{64}	0,4605	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4a

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.20 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat harapan proses adalah valid.

5.2.3.2 Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan (Y)

Tabel 5.21 Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Produk (Y₁)

No.	Pertanyaan (Y ₁)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan Y _{1.1}	0,6931	0,195	Valid
2.	Pertanyaan Y _{1.2}	0,7156	0,195	Valid
3.	Pertanyaan Y _{1.3}	0,6031	0,195	Valid
4.	Pertanyaan Y _{1.4}	0,6079	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4b

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.21 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan produk adalah valid.

Tabel 5.22 Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Harga (Y₂)

No.	Pertanyaan (Y ₂)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan Y _{2.1}	0,4177	0,195	Valid
2.	Pertanyaan Y _{2.2}	0,5759	0,195	Valid
3.	Pertanyaan Y _{2.3}	0,6088	0,195	Valid
4.	Pertanyaan Y _{2.4}	0,5369	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4b

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.22 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan harga adalah valid.

Tabel 5.23 Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Tempat (Y₃)

No.	Pertanyaan (Y ₃)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan Y _{3.1}	0,6918	0,195	Valid
2.	Pertanyaan Y _{3.2}	0,5387	0,195	Valid
3.	Pertanyaan Y _{3.3}	0,7346	0,195	Valid
4.	Pertanyaan Y _{3.4}	0,5482	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4b

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.23 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan tempat adalah valid.

Tabel 5.24 Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Orang (Y₄)

No.	Pertanyaan (Y ₄)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan Y _{4.1}	0,6812	0,195	Valid
2.	Pertanyaan Y _{4.2}	0,7774	0,195	Valid
3.	Pertanyaan Y _{4.3}	0,8250	0,195	Valid
4.	Pertanyaan Y _{4.4}	0,6391	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4b

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.24 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan orang adalah valid.

Tabel 5.25 Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Bentuk Fisik (Y₅)

No.	Pertanyaan (Y ₅)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan Y _{5.1}	0,6843	0,195	Valid
2.	Pertanyaan Y _{5.2}	0,6605	0,195	Valid
3.	Pertanyaan Y _{5.3}	0,6668	0,195	Valid
4.	Pertanyaan Y _{5.4}	0,7268	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4b

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.25 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan bentuk fisik adalah valid.

Tabel 5.26 Hasil Uji Validitas Tingkat Pelaksanaan Proses (Y₆)

No.	Pertanyaan (Y ₆)	Corrected Item Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan Y _{6.1}	0,6585	0,195	Valid
2.	Pertanyaan Y _{6.2}	0,6382	0,195	Valid
3.	Pertanyaan Y _{6.3}	0,6516	0,195	Valid
4.	Pertanyaan Y _{6.4}	0,7094	0,195	Valid

Sumber : Lampiran 4b

Berdasarkan Uji Validitas dalam table 5.26 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan proses adalah valid.

5.2.4 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach yang diolah dengan menggunakan SPSS for windows versi 11.0. Hasil perhitungan disajikan dalam tabel 5.27 berikut ini.

Tabel 5.27 : Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan (X) dan Tingkat Pelaksanaan (Y)

No.	Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai r tabel	Keterangan
Tingkat Harapan (X)				
1	Produk	0,8317	0,195	Reliabel
2	Harga	0,8356	0,195	Reliabel
3	Tempat	0,7692	0,195	Reliabel
4	Orang	0,8019	0,195	Reliabel
5	Bentuk Fisik	0,8401	0,195	Reliabel
6	Proses	0,6629	0,195	Reliabel
Tingkat Pelaksanaan (Y)				
1	Produk	0,8226	0,195	Reliabel
2	Harga	0,7380	0,195	Reliabel
3	Tempat	0,8078	0,195	Reliabel
4	Orang	0,8731	0,195	Reliabel
5	Bentuk Fisik	0,8453	0,195	Reliabel
6	Proses	0,8324	0,195	Reliabel

Sumber : Lampiran 4a dan 4b

Berdasarkan uji reliabilitas diatas diketahui bahwa semua nilai Alpha Cronbach (r Alpha), baik untuk tingkat harapan (X) maupun tingkat pelaksanaan (Y) lebih besar daripada nilai alpha tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang diajukan untuk mengukur tingkat harapan dan pelaksanaan adalah reliabel.

5.2.5 Hubungan Tingkat Harapan dan Tingkat Pelaksanaan (Kinerja)

Setelah dilakukan penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu terhadap 100 (seratus) orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Program

Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember yang terdiri dari 3 angkatan diperoleh hasil penelitian sebagaimana disajikan dalam tabel 5.28 berikut ini.

Tabel 5.28 : Hasil Penelitian Tingkat Harapan dan Tingkat Pelaksanaan terhadap Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember

No.	Atribut	Jumlah Nilai Total	
		X	Y
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Produk (Product)		
1.1	Kurikulum dan silabus	3.9	4.0
1.2	Fasilitas laboratorium	3.9	4.0
1.3	Perpustakaan	4.0	4.1
1.4	Koperasi mahasiswa	3.8	3.8
2	Harga (Price)		
2.1	Jumlah biaya SPP	4.0	4.1
2.2	Beasiswa	4.0	3.9
2.3	Jumlah dana sumbangan masuk	3.8	4.0
2.4	Persyaratan pembayaran	4.0	3.9
3	Tempat (Place)		
3.1	Pemondokan dekat kampus	3.9	4.0
3.2	Dekat dengan fasilitas umum.	4.1	3.9
3.3	Lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi.	3.5	4.1
3.4	Lokasi kampus tidak bising.	3.8	4.0
4	Orang (People)		
4.1	Pimpinan Fakultas yang mudah ditemui.	3.6	3.6
4.2	Penampilan karyawan dan Dosen.	3.8	3.6
4.3	Dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi.	3.7	3.7
4.4	Seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya	3.3	3.5
5	Bentuk Fisik (Physical Evidence)		
5.1	Desain dari gedung.	3.6	3.7
5.2	Tata ruang dalam ruang kuliah..	3.6	3.8
5.3	Keindahan lingkungan	3.5	3.6
5.4	Tersedianya tempat parkir.	3.8	3.9

(1)	(2)	(3)	(4)
6	Proses (<i>Process</i>)		
6.1	Proses perkuliahan.	3.7	3.7
6.2	Proses belajar mengajar yang respentatif.	3.8	3.8
6.3	Bimbingan KRS lancar dan cepat.	3.4	3.6
6.4	Prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.	3.4	3.9

Sumber : Lampiran 2

Dan data hasil penelitian diatas dilakukan perhitungan korelasi antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja dengan menggunakan Rank Spearman Correlation. Perhitungan korelasi tersebut dimaksudkan untuk mengetahui nilai koefisien korelasi dan sekaligus tingkat signifikasinya. Hasil perhitungan secara manual (lihat lampiran 5) menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi $r = 0,60$. Hasil perhitungan secara manual tersebut diperkuat dengan perhitungan menggunakan komputer SPSS seperti yang disajikan dalam tabel 5.29 berikut ini.

Tabel 5.29 : Hasil Perhitungan Korelasi antara Tingkat Harapan dengan Tingkat Pelaksanaan dengan Menggunakan Rank Spearman

Korelasi	Tingkat Harapan	Tingkat Pelaksanaan
Tingkat Harapan	1,000	0,633**
Tingkat Pelaksanaan	0,633**	1,000

**Korelasi signifikan pada $\alpha = 0,01$ (uji 2 arah)

Sumber : Lampiran 5

5.2.6 Penentuan Strategi Berdasarkan Diagram Kartesius

Produk dan jasa adalah sekumpulan atribut nilai yang diberikan terhadap produk dan jasa tersebut tergantung pada seberapa baik atribut tersebut dikelola. Dalam pemasaran, untuk mengetahui nilai kualitas terhadap produk dan jasa tersebut dapat dilihat dari sudut pandang konsumen. Kualitas obyektif, sebaik apapun, tidak berarti selama dipersepsikan tidak baik oleh konsumen. Jadi di dalam pemasaran,

persepsi adalah realitas. Oleh karena itu, sering digunakan persepsi konsumen untuk mengelola kinerja produk. Bahannya adalah persepsi kosumen tentang kualitas yang diharapkan serta yang dialami. Metode yang digunakan adalah diagram kartesius. Metode ini menggunakan kombinasi tingkat harapan harapan dengan tingkat pelaksanaan.

Dari hasil penelitian, diperoleh skor harapan dengan pelaksanaan mahasiswa terhadap Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Dan skor harapan dan pelaksanaan tersebut dapat dihitung tingkat kesesuaiannya. Hasilnya disajikan dalam tabel 5.30 berikut ini.

Tabel 5.30 : Skor Harapan Dan Pelaksanaan Mahasiswa Terhadap Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember

No.	Atribut	Harapan	Pelaksanaan	T.K
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Produk (<i>Product</i>)			
1.1	Kurikulum dan silabus	3.9	4.0	102.56
1.2	Fasilitas laboratorium	3.9	4.0	102.56
1.3	Perpustakaan	4.0	4.1	102.5
1.4	Koperasi mahasiswa	3.8	3.8	100.00
	Jumlah	15.5	15.9	407.62
	Rata-rata	3.9	4.0	101.9
2	Harga (<i>Price</i>)			
2.1	Jumlah biaya SPP	4.0	4.1	102.5
2.2	Beasiswa	4.0	3.9	97.5
2.3	Jumlah dana sumbangan masuk	3.8	4.0	105.26
2.4	Persyaratan pembayaran	4.0	3.9	97.5
	Jumlah	15.9	15.9	402.76
	Rata-rata	4.0	4.0	100.69
3	Tempat (<i>Place</i>)			
3.1	Pemondokan dekat kampus	3.9	4.0	102.56
3.2	Dekat dengan fasilitas umum.	4.1	3.9	95.12
3.3	Lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi.	3.5	4.1	117.14

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3.4	Lokasi kampus tidak bising.	3.8	4.0	105.26
	Jumlah	15.3	16.0	420.08
	Rata-rata	3.8	4.0	105.02
4	Orang (People)			
4.1	Pimpinan Fakultas yang mudah ditemui.	3.6	3.6	100.00
4.2	Penampilan karyawan dan Dosen.	3.8	3.6	94.73
4.3	Dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi.	3.7	3.7	100.00
4.4	Seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya	3.3	3.5	106.06
	Jumlah	14.3	14.4	400.79
	Rata-rata	3.6	3.6	100.2
5	Bentuk Fisik (Physical Evidence)			
5.1	Desain dari gedung.	3.6	3.7	102.77
5.2	Tata ruang dalam ruang kuliah.	3.6	3.8	105.55
5.3	Keindahan lingkungan	3.5	3.6	102.85
5.4	Tersedianya tempat parkir.	3.8	3.9	102.63
	Jumlah	14.54	14.95	413.8
	Rata-rata	3.64	3.74	103.45
6	Proses (Process)			
6.1	Proses perkuliahan.	3.7	3.7	100.00
6.2	Proses belajar mengajar yang respektatif.	3.8	3.8	100.00
6.3	Bimbingan KRS lancar dan cepat.	3.4	3.6	105.88
6.4	Prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.	3.4	3.9	114.70
	Jumlah	14.2	15.1	420.58
	Rata-rata	3.6	3.8	105.15
	Jumlah Total	89.8	92.1	2465.63
	Rata-rata total	3.7	3.8	102.73

Sumber : Lampiran 2

Keterangan

T.K : Tingkat Kesesuaian

5.2.6.1 Diagram Kartesius Secara Umum

Dari tabel 5.28 tersebut dapat dibuat diagram kartesius untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan. Rata-rata total dijadikan titik pembagi (*cut-off*) diagram tersebut. Diagram kartesius dapat dibuat untuk semua atribut ataupun per atribut. Diagram kartesius itu dapat digambarkan sebagai berikut :

Tingkat Pelaksanaan (Y) = 3,8	Prioritas Utama 6	Pertahankan 1,2,3
	Prioritas Rendah 4,5	Berlebihan

Tingkat Harapan (X) = 3,7

Gambar 5.2 : Diagram Kartesius Secara Umum

Sumber : Tabel 5.28

Keterangan:

- Atribut produk, harga dan tempat berada pada posisi strategi pertahankan;
- Atribut orang dan bentuk fisik berada pada posisi strategi prioritas rendah;
- Atribut proses berada pada posisi strategi prioritas Utama.

5.2.6.2 Diagram Kartesius per Atribut

1. Diagram Kartesius Atribut Produk

Tingkat Pelaksanaan (Y) = 3,8	Prioritas Utama	Pertahankan 1.1,1.2,1.3,1.4
	Prioritas Rendah	Berlebihan

Tingkat Harapan (X) = 3,7

Gambar 5.3 : Diagram Kartesius Atribut Produk

Sumber : Tabel 5.28

Keterangan:

- a. Atribut kurikulum dan silabus, fasilitas laboratorium, perpustakaan dan koperasi mahasiswa berada pada posisi strategi pertahankan.

2. Diagram Kartesius Atribut Harga

Tingkat Pelaksanaan (Y) = 3,8	Prioritas Utama	Pertahankan 2.1,2.2,2.3,2.4
	Prioritas Rendah	Berlebihan

Tingkat Harapan (X) = 3,7

Gambar 5.4 : Diagram Kartesius Atribut Harga

Sumber : Tabel 5.28

Keterangan:

- a. Atribut jumlah SPP, beasiswa, jumlah dana sumbangan masuk dan persyaratan pembayaran berada pada posisi strategi pertahankan.

3. Diagram Kartesius Atribut Tempat

Tingkat Pelaksanaan (Y) = 3,8	Prioritas Utama 3.3	Pertahankan 3.1,3.2,3.4
	Prioritas Rendah	Berlebihan

Tingkat Harapan (X) = 3,7

Gambar 5.5 : Diagram Kartesius Atribut Tempat

Sumber : Tabel 5.28

Keterangan:

- a. Atribut pemondokan dekat kampus, dekat dengan fasilitas umum dan lokasi kampus tidak bising berada pada posisi strategi pertahankan;
- b. Atribut lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi berada pada posisi strategi prioritas utama.

4. Diagram Kartesius Atribut Orang

Tingkat Pelaksanaan (Y) = 3,8	Prioritas Utama 4.3	Pertahankan
	Prioritas Rendah 4.1,4.4	Berlebihan 4.2

Tingkat harapan (X) = 3,7

Gambar 5.6 : Diagram Kartesius Atribut Orang

Sumber : Tabel 5.28

Keterangan:

- Atribut pimpinan fakultas yang mudah ditemui dan seluruh karyawan dan dosen yang kompeten dibidangnya berada pada posisi strategi prioritas rendah;
- Atribut dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi berada pada posisi strategi prioritas utama;
- Atribut penampilan karyawan dan dosen berada pada posisi strategi berlebihan.

5. Diagram Kartesius Atribut Bukti Fisik

Tingkat Pelaksanaan (Y) = 3,8	Prioritas Utama 5.2	Pertahankan 5.4
	Prioritas Rendah 5.1,5.3	Berlebihan

Tingkat Harapan (X) = 3,7

Gambar 5.7 : Diagram Kartesius Atribut Bentuk Fisik

Sumber : Tabel 5.28

Keterangan:

- Atribut desain dari gedung dan keindahan lingkungan berada pada posisi strategi rendah;
- Atribut tata ruang dalam ruang kuliah berada pada posisi strategi prioritas utama;
- Atribut tersedianya tempat parkir berada pada posisi strategi prioritas pertahankan.

6. Diagram Kartesius Atribut Proses

Tingkat Pelaksanaan (Y) = 3,8	Prioritas Utama 6.1,6.4	Pertahankan 6.2
	Prioritas Rendah 6.3	Berlebihan

Tingkat Harapan (X) = 3,7

Gambar 5.8 : Diagram Kartesius Atribut Proses

Sumber : Tabel 5.28

Keterangan:

- a. Atribut proses perkuliahan dan prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit berada pada posisi strategi prioritas utama;
- b. Atribut proses belajar mengajar yang responentatif berada pada posisi strategi pertahankan;
- c. Atribut bimbingan KRS yang lancar dan cepat berada pada posisi strategi prioritas rendah.

5.3 Hasil Uji Hipotesis

Uji secara statistik hanya dilakukan terhadap hipotesis pertama. Untuk menguji hipotesis, yaitu ada hubungan yang nyata dan positif antara tingkat harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan atau kinerja Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember, digunakan metode korelasi rank (peringkat) spearman.

Hasil analisa secara manual menunjukkan nilai $t_{hitung} = t_{(0,05) (24-2)} = 1,717$ sedangkan $t_{(0,01) (24-2)} = 2,508$. Nilai t table yang lebih besar dari t hitung berarti korelasinya signifikan. Hasil ini diperkuat oleh hasil analisis dengan menggunakan SPSS yang menunjukkan bahwa korelasi tersebut signifikan (nyata) pada taraf signifikansi 1%.

Uji hipotesis kedua dilakukan dengan menggunakan analisis harapan pelaksanaan dengan menggunakan bantuan diagram kartesius. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi yang harus diterapkan untuk atribut produk, harga dan tempat adalah pertahankan, untuk atribut bentuk fisik dan orang adalah prioritas rendah. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk, harga, tempat dan proses pelaksanaannya sudah ideal, sedangkan untuk atribut bentuk fisik dan orang pelaksanaan atau kinerjanya harus ditingkatkan.

5.4 Pembahasan

5.4.1 Hubungan antara Harapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan Tingkat Pelaksanaan atau Kinerja Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Hasil analisis secara manual menunjukkan nilai r_s hitung = 0,60 dengan menggunakan Program SPSS diperoleh nilai r_s hitung = 0,633. Perbedaan nilai korelasi anantara secara manual dengan menggunakan komputer sebesar 0,033 disebabkan perbedaan tingkat ketelitian dan kesalahan dalam pembulatan (*rounding error*).

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan kriteria yang telah disebutkan pada bab sebelumnya (Bab IV), hubungan antara tingkat harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan atau kinerja manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember adalah positif dan memiliki derajat yang sedang. Hubungan yang positif menunjukkan bahwa apabila tingkat harapan tinggi, maka tingkat pelaksanaan atau kinerja juga harus tinggi dan sebaliknya apabila tingkat harapan rendah, maka tingkat pelaksanaan atau kinerja juga harus rendah. Tingkat hubungan yang sedang menunjukkan bahwa penilaian Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Orang (*People*), Bentuk Fisik (*Physical Evidence*) dan Proses (*Process*) berdasarkan tingkat harapan oleh pelanggan atau mahasiswa terhadap pelaksanaan atau kinerja Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Orang (*People*), Bentuk Fisik (*Physical Evidence*) dan Proses (*Process*) yang pihak lembaga lakukan.

Dari hal tersebut diatas dapat dijadikan dasar oleh pihak lembaga dalam penentuan strategi sekaligus mempertahankan, memperbaiki dan meningkatkan pelaksanaan atau kinerja lembaga (Perguruan Tinggi).

Hasil analisa secara manual menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} = 3,63$ dan nilai $t_{table} = t_{(0,05) (24-2)} = 1,717$ sedangkan $t_{(0,01) (24-2)} = 2,508$. Nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{table} sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti hubungan antara tingkat harapan dan tingkat pelaksanaan atau kinerja tersebut adalah signifikan pada taraf 1%. Uji ini menunjukkan bahwa secara statistik terbukti bahwa penilaian pelanggan atau mahasiswa terhadap kinerja lembaga dapat dijadikan dasar dalam penentuan strategi sekaligus mempertahankan, memperbaiki dan meningkatkan pelaksanaan atau kinerja lembaga (Perguruan Tinggi).

5.4.2 Penentuan Strategi Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember Berdasarkan Diagram Kartesius dalam Rangka Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa

a. Penentuan Strategi Atribut Produk (*Product*)

Secara umum, dan hasil penelitian diketahui bahwa atribut produk (*product*) berada pada posisi pertahankan (Gambar 5.2). Hal ini merupakan kondisi yang ideal. Atribut produk berdasarkan penilaian mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember tingkat harapan di atas rata-rata (relatif penting), sedangkan tingkat pelaksanaannya di atas rata-rata, yang ditunjukkannya di Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Oleh karena itu, manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus mempertahankan pelaksanaan atau kinerja atribut ini.

Tetapi, apabila dilihat lebih jauh dari subatribut-subatribut yang menentukan atribut produk yaitu atribut kurikulum dan silabus, fasilitas laboratorium, perpustakaan dan koperasi mahasiswa berada pada posisi strategi pertahankan. Oleh karena itu Fakultas Ekonomi Program Reguler

Jurusan Manajemen Universitas Jember berdasarkan pelaksanaan atau kinerja pada atribut ini perlu dipertahankan.

b. Penentuan Strategi Atribut Harga (*Price*)

Secara umum, dan hasil penelitian diketahui bahwa atribut harga (*price*) berada pada posisi pertahankan (Gambar 5.2). Hal ini merupakan kondisi yang ideal. Atribut harga berdasarkan penilaian mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember tingkat harapan di atas rata-rata (relatif penting), sedangkan tingkat pelaksanaannya juga di atas rata-rata, yang ditunjukkannya di Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Oleh karena itu, manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus mempertahankan pelaksanaan atribut ini.

Jika dilihat lebih jauh dan subatribut-subatribut yang menentukan atribut harga yaitu atribut jumlah SPK, beasiswa, jumlah dana sumbangan masuk dan persyaratan pembayaran berada pada posisi strategi pertahankan. Oleh karena itu Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus mempertahankan pelaksanaan dari atribut ini.

c. Penentuan Strategi Atribut Tempat (*Place*)

Secara umum, dan hasil penelitian diketahui bahwa atribut tempat (*place*) berada pada posisi pertahankan (Gambar 5.2). Hal ini merupakan kondisi yang ideal. Atribut tempat berdasarkan penilaian mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember tingkat harapannya di atas rata-rata (relatif penting), demikian juga dengan tingkat pelaksanaan diatas rata-rata, yang ditunjukkannya di Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Oleh karena itu, manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler

Jurusan Manajemen Universitas Jember harus mempertahankan pelaksanaan atribut ini.

Jika dilihat lebih jauh dan subatribut yang menentukan atribut tempat diketahui bahwa tidak semuanya berada pada posisi pertahankan. Sub atribut pemondokan dekat kampus, dekat dengan fasilitas umum dan lokasi kampus tidak bisings berada pada posisi pertahankan maka pelaksanaannya harus dipertahankan. Sub atribut lokasi kampus dekat dengan sarana transportasi berada pada posisi prioritas utama. Untuk itu pelaksanaan dari atribut ini perlu ditingkatkan.

d. Penentuan Strategi Atribut Orang (*People*)

Secara umum, dan hasil penelitian diketahui bahwa atribut orang (*people*) berada pada posisi prioritas rendah (Gambar 5.2). Hal ini merupakan kondisi yang ideal. Atribut orang berdasarkan penilaian mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember tingkat harapannya di bawah rata-rata (relatif penting), demikian juga dengan tingkat pelaksanaan, dibawah rata-rata, yang ditunjukkan di Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Oleh karena itu, manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus meningkatkan pelaksanaan atribut ini.

Jika dilihat lebih jauh dari subatribut yang menentukan atribut orang diketahui bahwa tidak semuanya berada pada posisi prioritas rendah. Sub atribut pimpinan fakultas yang mudah ditemui dan seluruh karyawan dan dosen kompeten dibidangnya berada pada posisi prioritas rendah. Sub atribut penampilan karyawan dan dosen berada pada posisi strategi berlebihan, sedangkan atribut dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi berada pada posisi prioritas utama. Oleh karena itu sub atribut pimpinan fakultas yang mudah ditemui, penampilan karyawan dan dosen, dosen yang mudah ditemui untuk konsultasi dan seluruh

karyawan dan dosen kompeten dibidangnya harus ditingkatkan pelaksanaan atau kinerjanya.

e. Penentuan Strategi Atribut Bukti Bentuk Fisik (*Physical Evidence*)

Secara umum, dari hasil penelitian diketahui bahwa atribut bentuk fisik (*Physical Evidence*) berada pada posisi prioritas rendah (Gambar 5.2), ini merupakan kondisi ideal. Atribut bentuk fisik berdasarkan penilaian mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler jurusan Manajemen Universitas Jember tingkat harapannya di bawah rata-rata (relatif penting), demikian juga dengan tingkat pelaksanaan atau kinerja dibawah rata-rata, yang ditunjukkannya di Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Oleh karena itu, manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus meningkatkan pelaksanaan atau kinerja atribut ini.

Jika dilihat lebih jauh dari sub atribut yang menentukan atribut bentuk fisik diketahui bahwa tidak semuanya berada pada posisi prioritas rendah. Sub atribut desain dari gedung dan keindahan lingkungan berada pada posisi prioritas rendah, sub atribut tata ruang dalam ruang kuliah berada pada posisi prioritas utama, sedangkan sub atribut tersedianya tempat parkir berada pada posisi pertahankan. Oleh karena itu Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember untuk sub atribut tersedianya tempat parkir harus mempertahankan pelaksanaan atau kinerja sub atribut tersebut. Sedangkan untuk sub atribut tata ruang dalam ruang kuliah, desain dari gedung dan keindahan lingkungan Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus ditingkatkan pelaksanaan atau kinerjanya.

f. Penentuan Strategi Atribut Proses (*Process*)

Secara umum, dari hasil penelitian diketahui bahwa atribut proses (*process*) berada pada prioritas utama (Gambar 5.2), ini merupakan kondisi ideal. Atribut proses berdasarkan penilaian mahasiswa Fakultas Ekonomi

Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember tingkat harapannya di bawah rata-rata (relatif penting), sedangkan tingkat pelaksanaan atau kinerja di atas rata-rata, yang ditunjukkannya di Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember. Oleh karena itu, manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember tidak harus meningkatkan kinerja atribut ini.

Jika dilihat lebih jauh dan sub atribut yang menentukan atribut proses diketahui bahwa tidak semuanya berada pada prioritas utama. Sub atribut proses perkuliahan dan prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit berada pada posisi prioritas utama, sub atribut proses belajar mengajar yang responentatif berada posisi pertahankan, sub atribut bimbingan KRS yang lancar dan cepat berada pada posisi prioritas rendah. Oleh karena itu Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus tetap mempertahankan pelaksanaan atau kinerja atribut proses belajar mengajar yang responentatif. Sedangkan untuk atribut proses perkuliahan, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit dan bimbingan KRS yang lancar dan cepat harus meningkatkan pelaksanaan atau kinerjanya.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dan hasil penelitian dan pembahasan dapat disusun kesimpulan sebagai berikut:

1. Koefisien korelasi antara tingkat harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember dengan tingkat pelaksanaan atau kinerja Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember adalah 0,60 berarti tingkat hubungan tersebut positif dan sedang. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat kepuasan variabel Produk (*Product*) sebesar 101,9%, Harga (*Price*) sebesar 100,69%, Tempat (*Place*) sebesar 105,02%, Orang (*People*) sebesar 100,2%, Bentuk Fisik (*Physical Evidence*) sebesar 103,45% dan Proses (*Process*) sebesar 105,15%.
2. Strategi untuk atribut produk (*product*), tempat (*place*) dan harga (*price*) adalah prioritas pertahankan. Strategi untuk atribut orang (*people*) dan bentuk fisik (*physical evidence*) adalah prioritas rendah, sedangkan untuk atribut proses (*process*) adalah prioritas utama.

6.2 Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan kepada pihak manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember sehubungan dengan penelitian ini antara lain:

1. Hendaknya pihak manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember menggunakan penilaian tingkat harapan dan tingkat pelaksanaan atau kinerja menurut mahasiswa untuk menentukan strategi sekaligus mempertahankan,

memperbaiki dan meningkatkan kinerja lembaga, yaitu Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember.

2. Hendaknya pihak manajemen Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember menerapkan strategi untuk atribut produk (*product*), harga (*price*) dan tempat (*place*) adalah pertahankan, bentuk fisik (*physical evidence*) dan orang (*people*) adalah prioritas rendah, sedangkan proses (*process*) adalah prioritas utama. Atribut produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan proses (*Process*) pelaksanaan atau kinerjanya sudah ideal sesuai dengan harapan pelanggan atau mahasiswa, sedangkan atribut bentuk fisik (*physical evidence*) dan orang (*people*) adalah prioritas rendah, untuk itu pihak Fakultas Ekonomi Program Reguler Jurusan Manajemen Universitas Jember harus berupaya memperbaiki dan meningkatkan pelaksanaan atau kinerjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabata, Jakarta.
- Budiarti, D. Indah. 2001, " *Analisis Posisi Perusahaan Sebagai Dasar Perumusan Strategi Perusahaan Pada UD. Nico Busana Jember* ", Tesis, Unej.
- Djarwanto, Ps. 1996, *Mengenal Beberapa Uji Statistik dalam Penelitian*, Liberty, Yogyakarta.
- Juliana, Mai. 2001, " *Faktor-faktor Bauran Pemasaran Jasa Yang Dipertimbangkan Mahasiswa Dalam Memilih Kuliah Di STIE AL-ANWAR Mojokerto* ", Tesis, Unej.
- J. Stanton, William. 1998, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Ketujuh, Terjemahan Yohannes Lamarto, Gelora Aksara, Jakarta.
- . 1998, *Fundamental Of Marketing*, Edisi Kelima, Kogakhusa, Mc Graw Hill Book Company, Tokyo.
- Kotler, Philip. 1994, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, alih bahasa oleh Ancellia Anitawati Hermawan, SE, MBA, Buku satu, Edisi kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- . 1997, *Marketing Management; Analisis, Planning, Implementation, and Control*, Ninth Edition, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Nasir, Mohammad. 1988, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2003, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Singarimbun Masri & Sofian Effendi, 1998, *Metode Penelitian Suroci*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Sugiyono, 2000, *Metode Penelitian Administrasi*, Edisi Ketujuh, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Supranto, J. 1993, *Statistik Teori Dan Aplikasi*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Swastha DH, Basu, dan T. Hani Handoko, Drs, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan kedua, Penerbit Liberty, Jogjakarta.
- Tjiptono, Flandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Umar, H. 1999, *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wahana Komputer Semarang, 2002, *10 Model Penelitian dan Pengolahannya Dengan SPSS 10.01*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Andi Yogyakarta.



Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan